



# ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

Под редакцией доктора экономических наук,  
профессора **Л.И. Черниковой**

Теоретические основы гостиничного дела

Типология и классификация предприятий гостиничного хозяйства

Организационная структура служб гостиничного предприятия  
и их взаимосвязь

Основы инженерно-технических требований к содержанию и эксплуатации  
предприятий гостиничного хозяйства

Профессиональные требования и профессиональная этика работников  
предприятий гостиничного хозяйства



УДК 65.0(075.8)  
ББК 65.432я73  
О-64

**Рецензенты:**

**Т.И. Зворыкина**, руководитель Центра научных исследований и технического регулирования в сфере услуг Института региональных экономических исследований, д-р экон. наук, проф., академик РАЕН,  
**Г.И. Илюхина**, канд. соц. наук, начальник учебно-методического центра УМО

**Авторский коллектив:**

**Н.Г. Новикова**, д-р экон. наук, проф.; **В.П. Леонова**, д-р экон. наук, проф.; **Л.А. Ульяченко**, д-р экон. наук, доц.; **В.М. Заернюк**, д-р экон. наук, доц.; **Е.Н. Егорова**, канд. экон. наук, доц.; **Е.В. Бокарева**, канд. экон. наук, доц.; **Т.А. Демина**, канд. экон. наук, доц.; **А.А. Силаева**, канд. экон. наук, доц.; **Е.Н. Подсевалова**, канд. экон. наук; **В.В. Баева**, канд. экон. наук; **Г.Р. Фаизова**, ст. преподаватель

**О-64** **Организация гостиничного дела** : учебное пособие / коллектив авторов ; под ред. Л.И. Черниковой. — Москва : КНОРУС, 2019. — 192 с. — (Бакалавриат).

**ISBN 978-5-406-06698-0**

Представлены теоретические и практические вопросы организации гостиничного дела, тенденции и современные концепции его развития. Рассмотрены основы деятельности предприятий гостиничного хозяйства, их типы, характеристики и функциональное назначение, порядок присвоения гостиницам соответствующих категорий. Сочетание теоретического и практического материала, наличие примеров из практики гостиничного дела позволит овладеть всеми профессиональными компетенциями.

Соответствует ФГОС ВО последнего поколения.

*Для студентов бакалавриата по направлению подготовки «Гостиничное дело». Может служить справочным пособием для специалистов сферы социально-культурного сервиса и туризма.*

**УДК 65.0(075.8)**  
**ББК 65.432я73**

**ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА**

Изд. № 18237. Формат 60×90/16. Гарнитура «Newton».  
Усл. печ. л. 12,0. Уч.-изд. л. 9,1.

ООО «Издательство «КноРус».

117218, г. Москва, ул. Кедрова, д. 14, корп. 2.

Тел.: 8-495-741-46-28.

E-mail: office@knoirus.ru <http://www.knoirus.ru>

Отпечатано в АО «Т8 Издательские Технологии».

109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5.

Тел.: 8-495-221-89-80.

**ISBN 978-5-406-06698-0**

© Коллектив авторов, 2019  
© ООО «Издательство «КноРус», 2019

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Глава I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА</b>	
1.1. История развития мирового гостиничного дела .....	5
1.2. Факторы, влияющие на развитие гостиничного дела .....	10
1.3. Современные тенденции развития гостиничного дела в России .....	16
<b>Глава II. ТИПОЛОГИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА</b>	
2.1. Характеристика основных типов предприятий гостиничного хозяйства.....	31
2.2. Классификация предприятий гостиничного хозяйства в России.....	36
2.3. Порядок классификации предприятий гостиничного хозяйства в России.....	40
2.4. Функциональное назначение гостиниц .....	47
<b>Глава III. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА СЛУЖБ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ</b>	
3.1. Служба управления номерным фондом .....	51
3.2. Служба персонала в униформе .....	59
3.3. Служба эксплуатации номерного фонда.....	61
3.4. Служба питания.....	66
3.5. Служба безопасности .....	74
3.6. Отдел маркетинга и связей с общественностью.....	77
3.7. Учебно-методические материалы.....	87
<b>Глава IV. ОСНОВЫ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТРЕБОВАНИЙ К СОДЕРЖАНИЮ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА</b>	
4.1. Основные требования к проектированию зданий предприятий гостиничного хозяйства.....	90
4.2. Основные требования к эксплуатации предприятий гостиничного хозяйства .....	101
4.3. Содержание предприятий гостиничного хозяйства .....	119
4.4. Содержание бельевого хозяйства .....	123
4.5. Учебно-методические материалы.....	125

**Глава V. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ЭТИКА РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА**

5.1. Профессиональные требования к работникам предприятий гостиничного хозяйства.....	128
5.2. Профессиональная этика работников предприятий гостиничного хозяйства.....	142
5.3. Учебно-методические материалы.....	149
Глоссарий .....	151
Литература .....	161
Приложения.....	163

# Глава I

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

---

**Цель:** изучить основные этапы становления и развития гостиничного дела, факторы, влияющие на развитие гостиничного дела, основные тенденции развития гостиничного дела в России и мире.

**Ключевые слова и термины:** таверна, хоспитеум, гостиница, отель, ресторан, «гостиничная цепь», отельер, туризм, интеграция, диверсификация, транснационализация.

### 1.1. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

Гостиничное дело и история его развития непосредственно связаны с путешествиями. В процессе перемещения с разными целями и намерениями (ради посещения святых мест, храмов, мировых спортивных событий и т.д.), людям необходимы были приют, питание и отдых. Более чем за 2 тыс. лет до н.э. в древневосточной цивилизации появились прообразы современных гостиниц — первые гостевые предприятия. Нельзя не упомянуть о древнегреческих и древнеримских тавернах и хоспитеумах<sup>1</sup>, сведения о которых также дошли до наших дней. Тогда же зародилась и сама профессия отельера как специалиста по обслуживанию путешествующих людей.

Известно, что уже в более позднюю эпоху для путешествующих по государственным надобностям римляне строили специальные здания, которые чаще всего были расположены вдоль главных дорог. Такие здания могли служить прообразами постоялых дворов. Упоминание о наличии древних гостиниц можно встретить даже в Евангелии: Иисус Христос родился в пещере, поскольку его родителям не нашлось места в гостиницах, переполненных по случаю проведения переписи населения.

Раннее Средневековье стало периодом упадка «гостиничного бизнеса» ввиду опасности путешествий в то время. Основной «туристский поток» приходился на направление, которое сейчас именуют религиозным туризмом. Пилигримы-паломники со всего света направлялись к святым местам. Монастыри, где они размещались и питались, причём

---

<sup>1</sup> *Hospitiums* — странноприимный дом, университетское студенческое общежитие.

обычно бесплатно, говоря современным языком, представляли собой первую «гостиничную цепь».

Началом развития частных постоялых дворов и таверн считают позднее Средневековье. Это связано с тем, что в 1530-х гг. английский король Генрих VIII всю церковную собственность перевел в светскую. С этого момента уже не предоставлялся бесплатный постой в монастырях, что вынуждало странствующих останавливаться на частных постоялых дворах.

В Европе гостиничное дело начинает развиваться только в VIII—IX вв. Благодаря указу Карла Великого все монастыри и церкви обязаны были содержать «гостиции» — дома для ночлега, питания и отдыха путников и паломников. Наибольшую популярность «гостиции» приобрели в Швейцарии, которая благодаря старым традициям и сейчас считается наиболее авторитетной страной в сфере гостиничного хозяйства и гостиничных услуг.

В XII—XIII веках постоялые дворы появились и на Руси. Тогда они располагались на расстоянии конного перехода один от другого и назывались «ямами».

Огромная роль в развитии предприятий гостеприимства принадлежит развитию торговых связей в Азии, на Ближнем Востоке и в Закавказье. Караваны с товаром двигались по крупнейшим торговым путям, которые проходили по территории этих регионов. Вдоль торговых путей для организации ночлега путешественников были созданы специальные пункты размещения. Они назывались «караван-сарай» (помещения для пребывания и отдыха путников) и включали, как правило, помещения для людей и загоны для лошадей и верблюдов. Весь комплекс был окружен высокой стеной для защиты от ветра и дождя, а также от разбойников-грабителей. Любопытно, что с V в. до н.э. указом султана на территориях к востоку от Константинополя в караван-сараях путешественникам любой религии предоставлялся, говоря современным языком, «полный пансион» в течение трех дней бесплатно. Неимущие путешественники дополнительно могли рассчитывать на бесплатную пару обуви.

Возникновение профессионального гостиничного бизнеса в северной Италии, а затем и в других странах можно отнести к эпохе Крестовых походов, когда число путешествующих в Иерусалим сильно возросло.

Следующим заметным периодом в развитии гостиничного хозяйства можно назвать установление конной почтовой и транспортной сети (ямские станции в России, дилижансы в Западной Европе). Вдоль почтовых трасс возникли почтовые станции для государственного транспорта, которые стали служить также и местом отдыха, где можно

было укрыться от непогоды и упростить процедуру смены лошадей. Это были предприятия, аналогичные современным отелям. Крупные русские города предлагали путникам размещение в гостиных дворах, где в отличие от постоялых дворов они получали не только услуги по размещению и питанию, но и возможность совершения коммерческих операций.

Слово «отель»<sup>1</sup> зародилось в XVIII в. практически одновременно со словом «ресторан», которое обязано своим появлением господину Буланже. Этот знаменитый французский ресторатор заложил основы современного ресторанного дела, положив начало победному шествию французской кухни по всему миру. Изречение, висевшее над входом его парижского заведения, гласило (перевод с латыни): «Придите ко мне те, чьи желудки тоскуют, и я восстановлю их». Это «восстановление» (лат. *restaurabovos*) и стало основой современного термина.

Слово «отель» (*hotel*) также имеет латинский корень от уже упоминавшегося древнеримского хоспитеума. В XVIII веке этот термин получил распространение во Франции, а впоследствии — и в Америке, где большинство таверн было переименовано в отели, что, по мнению владельцев, придавало им европейский (французский) шик. Отельный бизнес в США развивался очень стремительно ввиду непрерывного потока иммигрантов, которым необходимо было где-то временно разместиться. Еще одной причиной, по которой отельный бизнес в этой стране так быстро развивался, было отсутствие в ней помещений для проведения балов и других общественных мероприятий (в Европе, например, таковыми являлись аристократические дворцы). Отели отличны для этого подходили, в них строились специальные залы, где проводились балы и другие развлекательные мероприятия. Эта традиция сохранялась в городах США вплоть до 50-х гг. XX в.

Также принято считать, что Соединенные Штаты Америки являются первопроходцами в сфере технического оснащения гостиниц и авторами большинства нововведений. Современный стандарт оснащения гостиничного номера сформировал знаменитый отельер Эллсуорт Статлер в начале XX в. Свой первый отель на 2100 номеров, в каждом из которых были водопровод и ванна, он построил в 1901 г. в Баффало, около площадки Панамской выставки *Pan American Exposition*. Статлер является автором лозунга «Клиент всегда прав», который и в настоящее время служит основой обслуживания вообще и в гостиничном бизнесе в частности.

---

<sup>1</sup> «Отель» означает городской дворец магната, место пребывания правительства или городских властей.

В Европе развитие гостиничного дела связано с именем Цезаря Ритца, которое до сих пор принадлежит одной из самых знаменитых и дорогих европейских гостиничных сетей. Интересен тот факт, что сам Ритц не владел ни одним отелем, он всю жизнь был всего лишь наемным управляющим. Одним из самых известных нововведений Ритца является появление в ресторане оркестра. Музыка в ресторане задерживала посетителей на более продолжительный период времени, что повышало доходы заведения.

Ритц и Статлер придавали большое значение самым, казалось бы, незначительным деталям, что позволило совершенствовать «начинку» гостиничных номеров и ресторанов, от лампочки до униформы гостиничного персонала. Это способствовало тому, что среди высшего общества стало модным посещать высокочеловеческие гостиницы. К примеру, Ритц, будучи управляющим отеля *Savoy* в Лондоне, сумел изменить привычки английской аристократии: джентльмены, предпочитавшие для ужина ранее исключительно мужские клубы, с удовольствием приглашали дам на ужин в рестораны отелей.

В конце XIX — начале XX в. в крупных городах Европы и Америки появились роскошные («пятизвездочные» в современной терминологии) гостиницы. Связано это с тем, что в данный период времени среди миллионеров и старой знати модным времяпрепровождением становятся путешествия. Подобные отели строились и в России, например «Метрополь» и «Националь» в Москве и «Европа» в Санкт-Петербурге.

Началом российского ресторанного дела и гостиничного бизнеса можно считать времена Ивана Грозного. Именно в это время, согласно летописному свидетельству, в Москве открылся первый кабак. Что касается отелей, до XVIII в. их подобием в России были монастырские подворья, постоялые дворы и ямские станции. Ямские станции были введены на Руси татарами во время правления Золотой орды. Постоялые дворы, или герберги (от нем. *herberg*), предназначались для приезжих иностранцев и были открыты в Москве и Санкт-Петербурге в 1750 г. На рубеже XVIII и XIX вв. в столицах, а позже и в уездных городах и губерниях начинается массовое возведение гостиниц, как правило, двухэтажных с внутренним двором, где предусматривалось размещение лошадей и экипажей. Некоторые из этих зданий сохранились вплоть до середины XX в.

В конце XVIII в. был законодательно определен перечень услуг, которые предлагались гостиницами и трактирами. Последние в зависимости от количества предоставляемых услуг подразделялись на несколько разрядов. В 1821 году высочайше было утверждено Положение, законодательно определяющее «правила содержания гостиниц, ресто-



раций, трактиров, харчевен и кофейных домов», согласно которым в гостиницах предоставлялись не только услуги по проживанию, но и питание с достаточно широким выбором блюд и как отечественных, так и иностранных напитков. Причем продажа напитков была строго регламентирована и разрешалась с 9 часов утра до 11 часов вечера. Музыка и пляски в гостиницах запрещались. Запрет на музыку не распространялся на трактиры и рестораны, позднее он был отменен и для ресторанов при гостиницах.

Расцвет ресторанного дела в России пришелся на конец XIX — начало XX в. Становится модным приглашать поваров из Франции, причем часто сразу нескольких, т.е. для приготовления каждого вида блюд. В ресторанах и трактирах можно было увидеть выступления венгерских, цыганских, русских хоров. Также были популярны разнообразные развлечения: бильярд, петушиные бои и др. При этом знаменитые трактиры мало чем по качеству обслуживания отличались от ресторанов. Главное отличие — кухня (в ресторанах — французская, в трактирах — русская, обязательно присутствовал чай). Постепенно рестораны и трактиры в России начали преобразовываться в своего рода клубы: определенный ресторан или трактир посещали люди одной профессии. Следовательно, трактиры и рестораны были не столько местом общественного питания, сколько местом для общения, стали частью образа жизни людей.

В начале XX в. в России появляются предприятия гостиничного хозяйства принципиально нового типа — мотели, которые предоставляют не только ночлег постояльцу, но и услуги автостоянки его автомобилю. Это стало одним из крупных нововведений в отечественном гостиничном бизнесе.

К достижениям гостиничного дела советского периода можно отнести рекорд по количеству номеров (3182) и кроватей (5890), который с 1967 г. держала гостиница «Россия». Этот рекорд перекрыл лишь в 1984 г. *Grand Hotel* Лас Вегаса (5005 номеров).

В послевоенный период широкое распространение получают международные гостиничные сети. Первая среди них — международная гостиничная цепь *Hilton*, обязанная своим созданием крупнейшей на тот период американской авиатранспортной компании «Пан Америкэн». Поскольку в странах Латинской Америки не существовало гостиниц такого уровня, к которому привыкли американские бизнесмены, зародилась идея построить в этих странах отели с одинаковым уровнем услуг соответствующего класса. Например, отель *Hilton* в Буэнос-Айресе по сервису не должен был отличаться от *Hilton* в Нью-Йорке.

По всему миру увеличение числа гостиничных мест в последнее время происходит за счет строительства новых отелей и во многом опе-

режает рост потребности в них. В результате наблюдается устойчивая тенденция снижения коэффициента загрузки гостиниц. В настоящее время в мире насчитывается более 300 тыс. гостиниц, включая мотели. Их разнообразие не поддается описанию: одноэтажные и 88-этажные, плавучие и подводные, маленькие (на несколько номеров) и большие (на несколько тысяч номеров), дешевые (20—30 дол. США в сутки) и дорогие (несколько тысяч долларов в сутки), шумные отели-казино и тихие уединенные отели для отдыха и т.д.

Во второй половине XX в. началось внедрение современных методов управления в гостиничном деле. В целях оптимизации деятельности гостиниц начинают создаваться гостиничные объединения, синдикаты, акционерные общества, корпорации, которые занимаются вопросами строительства гостиниц, подготовкой кадров, вопросами ценообразования и т.д.

Глобальная компьютеризация в настоящее время позволяет расширить распространение международных гостиничных цепей, которая повышает эффективность деятельности входящих в них отелей. В современном мире действует большое число международных гостиничных цепей. Наиболее значимые из них — *Holiday Inn, Choice, Best Western, Marriott, Hilton* и т.д.

## 1.2. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

В связи с тем, что туристский бизнес в настоящее время выходит на одно из первых мест в мире среди других сфер экономики по объему продаж, роль и значение в этом процессе гостиничного хозяйства вряд ли можно переоценить. Роль и значение гостиничного хозяйства в туристском бизнесе очень велики.

Высокие темпы развития туристской индустрии, по мнению ведущих специалистов, обусловлены следующими основными факторами:

- рост доходов населения. Этот процесс позволяет все большую их часть тратить на удовлетворение рекреационных потребностей, помимо удовлетворения первоочередных потребностей (питание, жилье, одежда). В экономически развитых странах затраты жителей на туристские услуги занимают второе место после затрат на жилье в общей структуре затрат потребительского комплекса;

- растущая урбанизация и ухудшение экологической обстановки в городах. В настоящее время активизировался спрос на отдых в экологически чистой среде, позволяющий сменить стереотип урбанизированной жизни на другую деятельность, уйти от повседневных забот и бытового стресса;

■ рост количества свободного времени. В практике туризма экономически развитых стран выделяют по временному признаку следующие типы:

- отпускной период времени (приоритет отдается зарубежным поездкам),
- уик-энд (экскурсии по городам внутри страны),
- вечернее свободное время (отдых в городе).

Поскольку в структуре свободного времени уик-энд занимает ведущее место, все более возрастает потребность во внутреннем туризме, который в свою очередь начинает развиваться более быстрыми темпами;

■ развитие инфраструктуры и средств организации. С их помощью уникальные туристские ресурсы становятся более доступными, а туристская деятельность по их потреблению становится более комфортной;

■ развитие международных торговых обменов. В этом направлении туризм занимает одну из первых позиций благодаря высокому уровню эффективности в удовлетворении быстро растущего туристского спроса;

■ развитие средств массовой информации, паблик-релейшенз в туризме и телекоммуникационных системах и информационных технологиях. Это позволяет не только развивать рекламу, но и быстро обслуживать миллионы туристов.

На развитие непосредственно гостиничного бизнеса влияние оказывают две группы факторов — внешние и внутренние.

1. Внешние факторы определяются воздействием компонентов окружающей действительности, не связанных с функционированием гостиничного бизнеса. Рассмотрим внешние факторы более подробно.

**Политико-правовые факторы.** Заинтересованность государства в развитии туристской отрасли выражается в общей концепции приоритетного развития индустрии гостеприимства, принятии законодательных и нормативных актов, стимулирующих и регулирующих развитие туризма и гостиничного хозяйства, а также в принятии финансово-экономических мер по поддержанию и развитию инфраструктуры размещения, 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 предъявляют определенные требования к санитарному состоянию средств размещения и предприятий общественного питания в посещаемых странах.

**Экономико-финансовый фактор.** На индустрию гостеприимства оказывают влияние как макроэкономические, так и микроэкономические факторы. Макроэкономическая нестабильность, рост безработицы и инфляции значительно беспокоят общество, и это часто приводит 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 имеют валютный курс, простота и доступность валютного обмена.

**Культурный фактор.** Культурная среда — один из тех ресурсов, который приводит к генерированию массовых туристских потоков. Места, имеющие мировую культурную ценность, ценны и с точки зрения посещаемости туристами. Туристов 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<sup>1</sup>.

**Социально-демографический фактор.** 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 гостиничного хозяйства наибольшее значение играют возрастной, семейный и социальный состав населения. Различия в возрастном составе путешествующих привели к появлению дифференцированных средств размещения — специализированных для молодежи, лиц среднего и пожилого возраста. Социальный статус туристов обуславливает наличие гостиниц различных ценовых категорий, ориентированных на людей самого разного достатка. Важным фактором является и семейный состав путешествующих, что вызвало появление семейных отелей (для семей с детьми), гибкой системы скидок для туристов, путешествующих семьями и т.д.

---

<sup>1</sup> Дестинация — место назначения туристского путешествия.

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

**Развитие торговли.** Склонность к тратам 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.

**Материально-технический фактор.** 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.

2. Внутренние факторы непосредственно связаны с особенностями организации и функционирования предприятий гостиничного бизнеса. Рассмотрим теперь внутренние факторы.

**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 прибыльных сегментов туристского рынка. Гостиничные услуги все чаще предстают в виде предоставляемого туристу комплексного гостиничного продукта: «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 значительно 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. Характерно, 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 Белоруссии, переводчиков из Германии, Словакии и Казахстана.

**Маркетинг** — 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.

**Фактор сезонности** оказывает весьма значительное влияние на функционирование любого предприятия размещения, поскольку гостиницы зависят прежде всего от мощности туристских потоков в дестинацию. Выделяют три группы факторов, оказывающих влияние на сезонность обслуживания:

- 1) природно-климатические;
- 2) особенности вида туризма;
- 3) 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-четырёх месяцев.

В ряде регионов мира (в том числе и в России) выделяют так называемое межсезонье, которое соответствует весеннему и осеннему сезонам года. Для этого времени характерны 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 возможность организации пляжно-купального туризма.

В зимний сезон года отмечается значительное снижение туристского потока и наступает так называемый синий или низкий сезон. На-

ступает «рынок покупателя», когда производители гостиничных услуг вынуждены снижать цены до минимального уровня для привлечения дополнительного количества туристов. Вместе с тем понятие «синий сезон» в высшей степени относительно, так как в этот период возможно развитие зимних видов туризма: спортивного, лыжного, а также экстремального, приключенческого, лечебного. Расширению сезона способствует и предоставление бизнес-услуг: организация конференций, семинаров, встреч и т.д.

В пределах синего сезона выделяется мертвый сезон (продолжительностью в две-три 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.

### **1.3. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА В РОССИИ**

Международный туризм за последние десятилетия сделал гигантский рывок, превратившись в одну из самых крупных и высокодоходных сфер мировой экономики. На его долю приходится 7% суммарного объема инвестиций, 5% от общего числа налоговых поступлений и треть мировой торговли услугами. Международный туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы экономики, как транспорт и связь, торговля, строительство, производство товаров народного потребления, сельское хозяйство, выступая катализатором социально-экономического развития. Туристическая сфера обеспечивает занятость более 250 млн человек, т.е. каждого восьмого работника на планете.

При всем впечатляющем росте индустрии гостеприимства в последние десятилетия именно качественные сдвиги в туристском спросе и предложении определяли развитие международного туризма. В середине 1980-х гг. в туристском спросе западноевропейских стран появились новые тенденции. Они были обусловлены набором факторов экономического и социального спектра, а также изменениями в психологии современного человека. Решающее влияние на структуру туристского потребления оказало ухудшение экономической конъюнктуры. Кризис, охвативший индустриально развитые страны, сопровождался резким падением покупательской способности населения.

Перемены в социальной сфере, связанные с ухудшением экономической конъюнктуры, неизбежно оказали влияние на характер туристского спроса. Был снижен возраст выхода на пенсию, удлинен



отпускной период, сокращена рабочая неделя и введен гибкий график работы. Перечисленные меры, направленные на сглаживание сложившихся диспропорций на рынке труда, параллельно способствовали увеличению количества свободного времени у населения и расширению круга потенциальных потребителей туристских услуг.

В итоге современный характер туристского спроса складывается под воздействием набора субъективных факторов. С появлением новых ценностей в психологии человека происходят глубинные изменения. Эти перемены обусловлены следующим: более свободным, непосредственным выражением своих физических и духовных потребностей и самоутверждением личности; пересмотром отношений с другими индивидами, социальными группами и учреждениями; формированием иного отношения к окружающей среде.

Все вышесказанное определило глубокие сдвиги в туристском потреблении. С увеличением объема свободного времени на фоне ухудшения общеэкономической ситуации в рекреационных предпочтениях населения наблюдаются две основные тенденции — дробление отпускного периода и рост числа непродолжительных поездок. В начале 1980-х гг. в Австрии и Великобритании более 20% населения выезжали на отдых летом и зимой, а 10% отправлялись в путешествия три и более раз в год. Схожая ситуация сложилась и в Италии, Германии, а также других развитых странах Европы.

Туры стали более частыми, но менее продолжительными. В западной литературе это явление обозначается термином «путешествия с интервалами», которые пользуются спросом в течение всего года с небольшим оживлением в апреле, сентябре — октябре и феврале, помогая решить одну из самых острых проблем туристской отрасли — сгладить сезонную неоднородность в работе предприятий транспорта, размещения и общественного питания.

Другая тенденция — расширение туристского спроса среди пожилых людей. На первый взгляд, для категории лиц старше 55 лет туризм может показаться парадоксальным, так как, по определению, выход на пенсию должен обеспечивать заслуженный отдых. Тем не менее, более углубленное изучение потребностей разных возрастных групп населения свидетельствует, что такая проблема не просто существует, но и стоит очень остро. Для занятой части населения туризм — это отдых, позволяющий отвлечься от повседневных забот и восстановить свои силы и работоспособность. Для пенсионеров же, располагающих большим объемом свободного времени, туристическая поездка — это возможность вести активный образ жизни. В частности, данное обстоятельство объясняет понятие «туризм третьего возраста» — наличие

туристского рынка, ориентированного непосредственно на лиц старшего поколения.

Необходимо также выделить коренные изменения, происходящие в стиле отдыха. Пассивный отдых на пляже до сих пор остается наиболее распространенной формой проведения отпуска. Но в то же время подобное времяпрепровождение все в меньшей и меньшей степени отвечает процессу растущей диверсификации индивидуальных запросов. На смену сочетанию «трех S» (*Sea — Sun — Sand* — «море — солнце — пляж») постепенно приходит формула «три L» (*Lore — Landscape — Leisure* — «национальные традиции — пейзаж — досуг»). Последнее наилучшим образом отражает содержание новых ценностей, которые утверждаются в психологическом сознании человека и получают выражение в поведении и мышлении современного туриста.

В последнее время в индустрии туризма отмечается нарастание процессов концентрации производства, переход на новые технологии и углубление специализации, что, как и в других отраслях экономики, стало важным принципом организации работы предприятий. Фирма концентрирует свои основные усилия именно на тех направлениях деятельности, которые считает наиболее важными и главными в данный момент времени. Эти направления специализации соответствуют определенным сегментам туристского рынка, состоящим из групп людей с отличительными, демографическими, психографическими, поведенческими и другими характеристиками.

Детализация сегментации рынка усиливается по мере углубления специализации. Для повышения однородности выделяемых секторов компании применяют самые разнообразные методики. Если говорить о гостиничном хозяйстве, в отелях все чаще ставка делается на конкретные сегменты рынка, например на обслуживание туристов с низким уровнем дохода, допустим, транзитных пассажиров мотелей, либо на сегменте делового туризма и т.д.

Наряду со специализацией современная индустрия туризма характеризуется нарастанием процессов концентрации, централизации производства и капитала. В различных странах, отраслях и на различных предприятиях процесс концентрации протекает крайне неравномерно. В отраслях материального производства крупные предприятия получили доминирующее положение еще на рубеже XIX—XX вв., однако в туризме этот процесс начался сравнительно недавно, но очень стремительно, охватив многие сегменты туристской индустрии. В сфере размещения и общественного питания сформировались гигантские гостиничные и ресторанные цепи; среди компаний, формирующих туристские продукты, выделился ряд туроператоров, установивших контроль над

основными рынками сбыта, а рынок воздушных перевозок оказался поделенным между ведущими авиакомпаниями мира.

Существует два возможных пути концентрации производства туристской индустрии: внешний и внутренний. Первый путь основан на кооперации или слиянии широкого круга различных предприятий; второй — на капитализации прибыли в рамках отдельной хозяйствующей единицы.

Процесс концентрации, или интеграции, проходит по одному из трех возможных направлений:

- 1) горизонтально;
- 2) вертикально;
- 3) по диагонали.

**1. Горизонтальная концентрация (интеграция).** Такой тип процесса характерен при объединении предприятий, которые находятся на одной ступени технологического процесса, выпускают идентичную продукцию или оказывают аналогичные услуги на временной или постоянной основе. Примером горизонтальной интеграции в туристской сфере можно назвать объединение отелей в гостиничные цепи. В настоящее время в Северной Америке и Европе насчитывается свыше 3 тыс. гостиничных цепей с числом членов не менее десяти в каждой. Рейтинг крупнейших из них регулярно публикует журнал *Hotels*.

**2. Вертикальная концентрация (интеграция).** Этот тип процесса заключается в захвате одной компанией нескольких этапов производства товаров или услуг. Самый распространенный вариант функционирования вертикальной интеграции — производство различными компаниями холдинга различных товаров и услуг для удовлетворения общих потребностей.

**3. Диагональная концентрация (диверсификация).** Данный тип концентрации предполагает объединение функционально и технологически не связанных между собой предприятий. Явным преимуществом многоотраслевых (диверсифицированных) образований является взаимная компенсация рисков путем покрытия убытков одних отраслей прибылью других.

На современном этапе глобальный характер туристской сферы становится все более явным. Становление общемирового туристского рынка сопровождается мощными процессами транснационализации, которые находят выражение в международном переплетении частных капиталов, усилении связей между монополиями разных стран и в широком развитии транснациональных компаний в сфере туристского бизнеса. Многие предприятия индустрии гостеприимства, объединяясь в крупные хозяйственные комплексы, преодолевают рамки отдельных

государств и влекут за собой ломку национальных барьеров. За короткий временной интервал они превратились в заметное явление международной жизни и, словно нити, опутали мировое пространство. Эти новые экономические образования, соответствующие более высокому уровню концентрации и централизации производства и капитала, способствуют утверждению и распространению международных стандартов туристского обслуживания.

Современный туристский бизнес невозможно представить без соответствующего информационного обеспечения. Разработка даже самого простого тура требует большого объема информации: знания расписаний и тарифов на международные или внутренние перевозки, цен на обслуживание, классности гостиничных и других туристских услуг. Раньше эти данные турфирмы получали из сборника справочных материалов, которые собирались, хранились и использовались в работе. Постепенно толстые многостраничные досье замещались компьютерными информационными технологиями.

За сравнительно короткий срок был пройден длинный путь развития: от автоматизации отдельных рабочих операций до создания электронных дистрибьюторных систем мирового масштаба. Благодаря быстрой передаче информации, надежности, гибкости в использовании и другим преимуществам, новые технологии позволили значительно расширить потенциал туристского рынка и обеспечили слаженную работу всех звеньев цепи предприятий, производящих туристский продукт и доводящих его до конечного потребителя.

Компьютерные системы в туризме имеют много разновидностей. Они различаются техническими характеристиками, функциональными возможностями, а также размерами сети. Одни из них замкнуты в границах отдельно взятого района или страны. Наряду с локальными системами электронные информационные услуги предоставляют гостиничные группы. Каждая крупная цепь отелей оснащена собственной компьютерной сетью бронирования.

Поистине мировой охват имеют глобальные компьютерные сети резервирования, которые объединили внешние системы связи авиакомпаний с комплексом компьютерных сетей отелей, турагентств, фирм по прокату автомобилей и т.д. Они позволяют резервировать пакеты туристских услуг или отдельные их элементы — от авиаперелетов и размещения в отелях до билетов в театр и страховых полисов. Все существующие глобальные компьютерные системы бронирования выполняют одни и те же функции и в этом, безусловно, схожи. Вместе с тем каждая из них имеет характерные особенности, выделяющие ее в ряду подобных сетей и позволяющие вести конкурентную борьбу на рынке информационных

услуг. Наиболее известными компьютерными системами бронирования и резервирования, которые делят информационный рынок между собой, являются *Sabre, Amadeus, Worldspan u Galileo*.

Рост международного туристского рынка выдвигает повышенные требования к поставщикам услуг в туризме. Исследования гостиничной индустрии показали наличие следующих моментов:

- отели продолжают отставать от авиатранспорта и других секторов туристической индустрии по уровню компьютеризации и использования современных технологий в бронировании туров, и эта тенденция сохранится;
- увеличивается налоговое бремя отелей: доля туризма в общем объеме налогов повысится с 10,4 до 11%;
- возрастут расходы правительств на пропаганду туризма;
- способ подсчета прибылей в гостиничной индустрии сменился с «дохода на один номер» на «доход с одного клиента»;
- только 30% всех отелей Европы относятся к гостиничным цепям;
- в гостиничной индустрии ускоряется процесс слияния компаний, отмечается увеличение количества договоров франшизы и внешних инвестиций;
- становится выгодным и прибыльным быть «зеленой» гостиницей, т.е. заботиться об охране окружающей среды. Известно, что большинство организаторов конгрессного и инсентив-туризма, выбирая отель, придают большое значение экологии.

Важным условием привлечения туристов в регионе является повышение комфортности отелей и качества обслуживания. Для отправки любой информации желательно в каждом номере устанавливать видеотелефон и компьютер, подключенный к глобальной сети. Возрастает популярность отелей-музеев, т.е. старых частных отелей, по комфортабельности соответствующих мировым стандартам, но сохраняющих неповторимое очарование старины.

Международная цепь отелей «Хилтон» планирует возвести отель на Луне. Проект обойдется корпорации в 6—12 млрд дол. США. Согласно проекту отель будет представлять собой стальную конструкцию, покрытую материалами, которые используются при создании космических «челноков». При отеле планируется пляж. Весь комплекс будет располагаться под огромным герметичным куполом. Клиентам будет предоставлен сервис на уровне «пятизвездочного» отеля. Оплата за номер с видом на Землю превысит стоимость других номеров.

Объекты питания тоже претерпевают определенные изменения, которые, правда, не носят массового характера. В частности, меню ресторанов, баров, кафе составляется со все большим разнообразием, учитывая возрастающую популярность экзотической кухни. В качестве

фона к процессу приема пищи используются национальная музыка и развлекательные программы.

Коллектив ученых под руководством Ю.В. Забаева в одной из своих работ также выделяет основные тенденции развития международного туризма<sup>1</sup>. Отметим, что указанные тенденции присущи в основном для индустрии туризма, но оказывают самое непосредственное влияние и на индустрию размещения и питания.

Одной из главных особенностей развития туризма является неравномерное распределение международных туристских потоков в разных регионах и странах. Туристские потоки сконцентрированы в нескольких регионах земного шара, и их движение имеет в основном интрарегиональный характер.

В настоящее время наблюдаются такие пропорции: массовые или групповые туристы составляют 20—30% от общего числа лиц, путешествующих за границу; остальные 70—80% — индивидуальные туристы, которые путешествуют, как правило, в близлежащие страны. Это соотношение в последние годы меняется в пользу массового туризма по следующим причинам: уменьшение числа последовательных дней отпуска и в то же время увеличение частоты отпусков; низкая цена авиаперевозок; увеличение числа чартеров для удобства туристов, путешествующих группами; повышенная заинтересованность туроператоров в массовом туризме в связи тем, что он приносит большой доход; поиск новых направлений, которые имеют большие преимущества с экономической точки зрения; увеличение числа рабочих мест в массовом туризме; увеличение числа туристов, путешествующих на автобусах благодаря низкой цене турпакета.

Объемы путешествий с целью рекреации увеличиваются более динамично по сравнению с объемом делового туризма. Если в 70-х гг. XX в. на рынке международного туризма преобладал деловой сегмент, то в настоящее время соотношение изменилось в сторону рекреационного туризма: 60% туристов путешествуют с целью отдыха и только 40% — с деловыми целями. Можно предположить, что в основном развитие туризма будет осуществляться за счет увеличения числа путешествующих с целью рекреации, несмотря на то, что деловой туризм будет иметь важное значение для мирового туризма в целом.

Во всех экономически развитых странах для работающих предусмотрены оплачиваемые отпуска. В развивающихся странах положение с оплачиваемыми отпусками также стабилизируется. Увеличивается продолжительность оплачиваемых отпусков. Например, в Японии

---

<sup>1</sup> Экономика и организация туризма. Международный туризм / под ред. Ю.В. Забаева, И.А. Рябовой, Е.Л. Драчевой. М. : КНОРУС, 2007.

в настоящее время продолжительность отпусков для многих категорий работников составляет семь недель в год. Это дает возможность увеличивать время, проведенное в отпусках за рубежом, совершать длительные путешествия.

К началу XXI в. наметилась тенденция к увеличению продолжительности пребывания во время международных путешествий и увеличению количества путешествий, совершаемых в течение года. Увеличение продолжительности пребывания происходит в основном за счет числа туристов пожилого возраста, пенсионеров, особенно из тех стран, где пенсии составляют значительные суммы и уровень пенсии достаточен для того, чтобы совершать заграничные путешествия. В то же время в мировом туризме отмечается рост количества краткосрочных поездок на выходные дни или на две-три ночевки. Это происходит за счет молодых туристов, которые стремятся вырваться в путешествие на несколько дней, чтобы не допускать длительных перерывов в работе.

Туроператоры проявляют интерес к путешествиям старшей возрастной группы населения (третий возраст). Эта категория потребителей имеет больше времени, больше денег. У них есть уже взрослые дети. Они верны своим привязанностям, едут в знакомые места, не хотят экспериментировать. Они теснее привязываются к определенному месту проживания, знают всех служащих в гостинице.

Наблюдается возрастание требовательности клиентов к сервису. Это особенно проявляется по мере того, как туристы все больше путешествуют и все больше узнают о современном сервисе. Чем чаще туристы путешествуют, тем большего комфорта они хотят. Они могут сравнивать уровень предоставляемого сервиса, часто что-то критикуют, требуют рекламаций.

Отмечается рост мобильности населения. У многих есть автомобили, они легко снимаются с места и путешествуют. Увеличились туристские расходы, путешествующие стали тратить больше денег во время поездок. Теперь пользуются популярностью нетрадиционные средства размещения: горные шале, охотничьи домики, бунгало и др. Туристский продукт становится все более изощренным. Создаются новые гастрономические концепции. Много внимания обращается на мелочи и на то, что не имеет прямого отношения к средствам размещения или экскурсиям.

Туроператоры испытывают сильную конкуренцию со стороны авиакомпаний, которые стали продавать собственные туры, комбинируя авиабилет с услугами прямых поставщиков туруслуг (гостиниц, экскурсионных бюро и др.). Низкие авиатарифы для собственных туров позволяют авиакомпаниям предлагать туры по более выгодным

ценам. Это может несколько ослабить позиции туроператоров на рынке и сократить их долю продаж. Положение туроператоров также может быть ослаблено, поскольку потребительские вкусы меняются в сторону большей независимости и индивидуальных путешествий в отличие от групповых массовых туров.

Процесс глобализации туристских услуг ведет к серьезному увеличению объемов информации, которую необходимо собирать, обновлять, структурировать и пересылать. Новинкой туристской индустрии конца 1990-х гг. стало путешествие без турдокументов благодаря их электронной версии, помещаемой в компьютерную систему бронирования (КСБ) в виде персонального файла. Теперь путешественник может получить посадочный билет на самолет, всего лишь предъявив удостоверение личности.

Широкое использование всемирной компьютерной сети Интернет, пожалуй, оказывает самое мощное воздействие на системы дистрибуции в туризме. В настоящее время ее можно рассматривать и как дистрибутивный канал, и как дополнительный информационный ресурс дистрибутивной системы. Величайшим достижением Интернета является возможность предоставить глобальный доступ к турпродукту с гораздо меньшими затратами по сравнению с традиционными системами дистрибуции.

Автор Е.А. Джанджугазова выделяет восемь тенденций развития мировой индустрии гостеприимства. К основным тенденциям развития мирового гостиничного рынка относятся<sup>1</sup>:

- распространение сферы интересов гостиничного бизнеса на другие продукты и услуги, ранее предоставляемые предприятиями других отраслей. Например, организация питания, досуга, развлечений, выставочной деятельности и т.д.;

- растущая демократизация индустрии гостеприимства, которая в значительной степени способствует повышению доступности гостиничных услуг для массового потребителя;

- усиление специализации гостиничного бизнеса, которое позволяет более четко ориентироваться на определенные сегменты потребителей с учетом различных признаков;

- развитие новых видов туризма, к примеру, экологического, приключенческого, экстремального, некоторых тематических направлений, что позволяет учесть интересы практически любых категорий потребителей и сделать туристский продукт более изощренным;

- глобализация и концентрация гостиничного бизнеса, которая проявляется в создании туристских корпораций и гостиничных цепей,

---

<sup>1</sup> Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. М.: Академия, 2005.



также создаются гостиничные ассоциации, союзы, международные правительственные и неправительственные организации;

- глубокая персонификация обслуживания и полная концентрация на запросах и потребностях клиентов;

- широкое внедрение новых средств коммуникации и информационных технологий, позволяющее проводить глубокую и системную экономическую диагностику;

- внедрение новых технологий в деловую стратегию предприятий индустрии гостеприимства. В частности, широкое использование сети Интернет с целью продвижения гостиничных продуктов и услуг, а также распространение современных компьютерных систем бронирования и резервирования.

В заключение следует сказать, что в мировой практике существует четыре модели гостеприимства.

**1. Европейская модель** представляется гостеприимством «высокого полета» и высокой репутации. Кроме того, европейский гостиничный рынок наиболее распространен и развит. Отличительными чертами европейского гостеприимства можно назвать:

- стремление европейских отелей к сокращению вместимости номерного фонда, что усиливает индивидуализацию обслуживания клиентов;

- главное достоинство отелей не в роскоши, а в изысканных и стильных интерьерах, высокой репутации и известности, высококлассном обслуживании;

- наиболее дорогие отели расположены в уникальных местах и зданиях, в исторических центрах городов;

- традиционность и требовательность дорогих отелей по отношению к постояльцам;

- автоматизация европейских отелей не заменяет личностных отношений с постояльцем;

- в Европе сильнее, чем где-либо, выражена гостиничная сегрегация, которая приводит к тому, что постоялец дорогого отеля никогда не столкнется в холле с постояльцем другого социального статуса;

- вместе с тем европейский гостиничный рынок отличает диверсифицированность предложения — от дешевых придорожных гостиниц до крайне дорогих элитных отелей.

**2. Азиатская модель** гостеприимства противоположна европейской, что отражается в любви азиатов к роскоши, показному богатству, гигантизму. Именно в Азии находятся самый высокий (Шанхай), самый вместительный (Бангкок) и самый роскошный (Дубай) отели мира. Если в Европе категория гостиницы обратно пропорциональна ее вместимо-

сти, то в Азии — наоборот. Отличительными чертами азиатских отелей класса люкс являются:

- наиболее удачное месторасположение;
- большая площадь номеров и общественных помещений;
- большая вместимость;
- роскошь и богатство интерьеров, а особенно экстерьеров отелей;
- невысокая (по сравнению с Европой) стоимость и доступность услуг;
- возможность пользования разнообразной инфраструктурой и дополнительными услугами;
- широкое распространение систем обслуживания *All inclusive* и *Ultra all inclusive*.

**3. Американская модель** гостеприимства имеет черты как европейской, так и азиатской моделей. Так, в центрах крупнейших американских городов распространены отели класса люкс, отвечающие требованиям типичных европейских гостиниц (стиль, небольшие размеры, индивидуальное обслуживание). С другой стороны, основные курорты и туристские центры страны застроены отелями, внешне и внутренне напоминающими азиатские (большая вместимость, роскошь, огромная развитая инфраструктура).

**4. Восточноевропейская модель** гостеприимства выделяется отдельно от европейской по причине наличия большой доли постсоветских предприятий гостиничной индустрии, а также, как в американской модели, соседством отелей, типичных как для европейской, так и для азиатской моделей. Между тем современный этап развития гостиничного рынка на постсоветском пространстве Европы характеризуется строительством новых средств размещения, типичных как для Европы, так и для Азии. Очень долгое время гостиничный рынок России был представлен только двумя городами — Москвой и Санкт-Петербургом, — где была сконцентрирована большая доля предложения, как существующего, так и будущего. Инвестиционная активность также отмечалась в основном в этих городах. Но после постепенного насыщения рынков этих городов, а также предоставления России права проведения крупнейших международных спортивных мероприятий (Олимпиада 2014 г. и Чемпионат мира по футболу 2018 г.), вопрос развития гостиничной инфраструктуры регионов встал наиболее остро. Вместе с этим многие инвесторы также обратили внимание и на потенциал, который существует в регионах. Олимпийские Игры 2014 г. в Сочи в связи с масштабом мероприятия стали самым мощным маркетинговым инструментом для продвижения города на мировом рынке. Для каждой столицы Олимпиады проведение игр — толчок к мощному развитию всех сфер деятельности. Огромное внимание уделяется объектам инфраструктуры, которые остаются после Олимпиады.

К моменту начала проведения Олимпийских Игр в Сочи номерной фонд достиг 41 тыс. номеров, что почти на 45% больше того предложения, которое прошло официальную аккредитацию. При этом доля номерного фонда под международным управлением увеличилась с 8% к 2013 г. до 10% (почти в 3 раза в абсолютных цифрах). Около 40 инвесторов участвовали в строительстве новых гостиничных объектов.

В соответствии с требованиями Международного Олимпийского комитета (МОК), номерной фонд средств размещения г. Сочи категории «2—5 звезд» должен был составить к 2014 г. 41 467 номеров. Из них 22 943 (55,3%) было готово уже в 2013 г., еще около 18,5 тыс. номеров находились на стадии реконструкции и строительства (рис. 1.1).

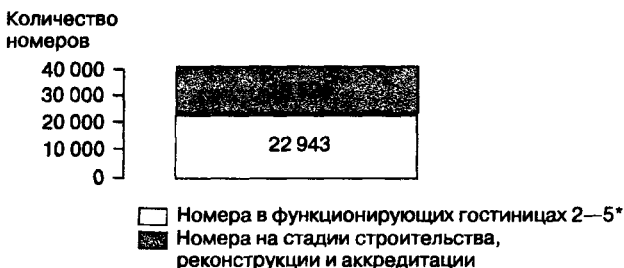


Рис. 1.1. Состояние номерного фонда г. Сочи к 2014 г.

Источник: Материалы КПМГ

Однако до проведения Олимпиады номерной фонд составлял 24,8 тыс. комнат, из которых 11 гостиниц на 13,1 тыс. номеров в Имеретинской долине, 25 объектов на 7,1 тыс. комнат в самом Сочи и семь отелей на 4,5 тыс. номеров в Красной Поляне.

Что касается объектов размещения, то всего в программе было 42 таких объекта, вновь создаваемых — 42 843 номера. В программу, помимо этого, входили две Олимпийские деревни: в Имеретинке (3 тыс. мест) и в горном кластере (2600 мест для размещения спортсменов)<sup>1</sup>.

Ожидалось, что к 2014 г. количество объектов категории 3 звезды укрепят свою лидирующую позицию, заняв более половины рынка, в то время как гостиницы категории 2 звезды должны были сократить свою долю и уменьшиться в количественном выражении (рис. 1.2). Так и произошло.

По аналогии с другими столицами Олимпийских игр, в Сочи доходы гостиниц и поток туристов достиг пика в год Олимпиады, после чего происходит спад с последующей стабилизацией показателей (рис. 1.3).

<sup>1</sup> Данные консалтинговой компании КПМГ.

Сегментация номерного фонда Сочи на I квартал 2013 г.

Сегментация будущего номерного фонда Сочи в соответствии с требованиями МОК

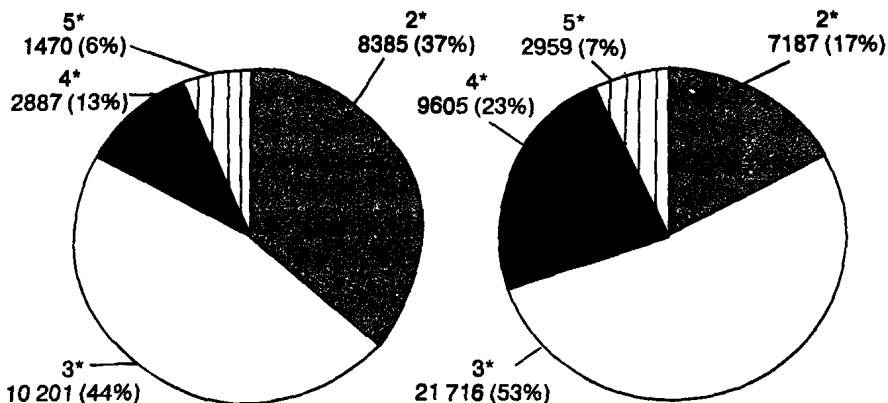


Рис. 1.2. Сегментация номерного фонда г. Сочи  
Источник: Материалы КПМГ

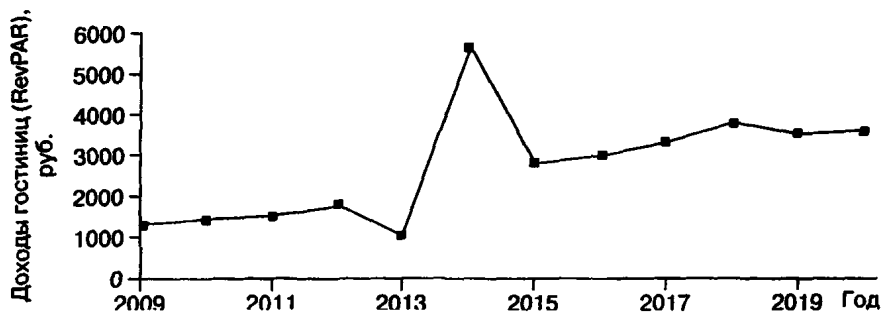
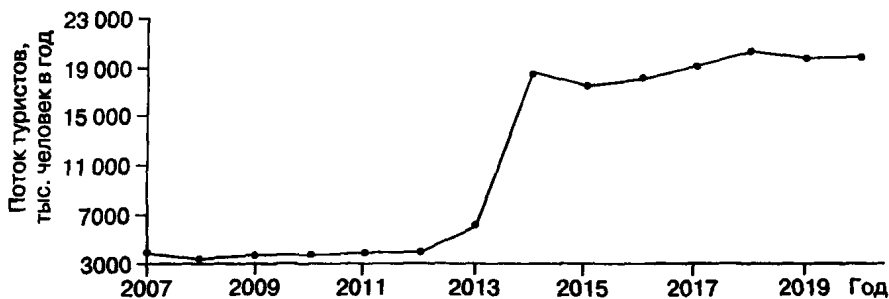


Рис. 1.3. Тенденция потока туристов и доходов гостиниц до 2020 г.  
Источник: Материалы КПМГ

Государство может помочь избежать резкого падения маржинальности гостиничного бизнеса. На сегодняшний момент обсуждаются такие инициативы, как создание особой экономической зоны или предоставление налоговых льгот.

В рамках организации Чемпионата Мира по футболу 2018 г. в России было отобрано 11 городов. Минимальные требования для номерного фонда для каждого города, где будет проходить один из групповых этапов, — не менее 1680 номеров различной категории в 40-минутной доступности от главного стадиона. Вместе с этим, выбранные города (или соседние) должны располагать порядка 6 тыс. номерами в 100 км от стадиона для размещения болельщиков.

Существуют определенные требования ФИФА к инфраструктуре городов:

- аэропорт с пропускной способностью не менее 17,6 тыс. человек в сутки в каждом городе;
- не менее 12 стадионов вместимостью от 40 тыс. зрителей (60 тыс. для полуфинала и 80 тыс. для финала) плюс тренировочные базы в стране;
- наличие хорошей транспортной доступности между городами-участниками;
- требования по обеспеченности номерным фондом:
  - групповой этап — не менее 1,68 тыс. номеров различной категории,
  - полуфинал — не менее 4,73 тыс. номеров различной категории,
  - финал — 12,78 тыс. номеров различной категории.

Городами-участниками чемпионата стали Москва, где пройдет финал и один турнир полуфинала чемпионата; Санкт-Петербург, где пройдет полуфинал, а также города групповых этапов: Калининград, Казань, Нижний Новгород, Самара, Волгоград, Саранск, Ростов-на-Дону, Сочи и Екатеринбург.

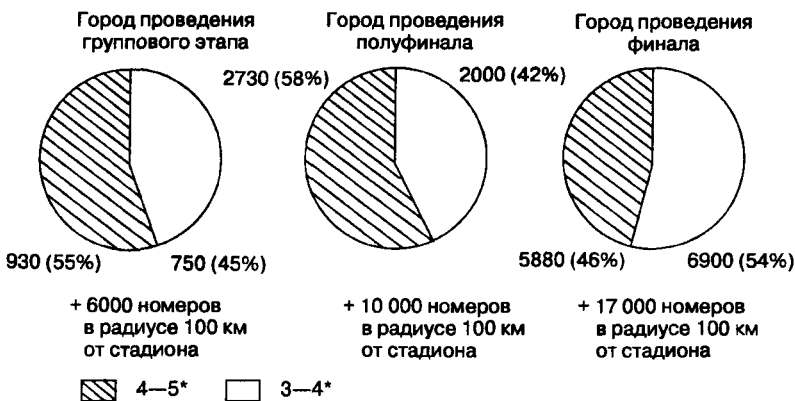


Рис. 1.4. Номерной фонд Чемпионата мира по футболу 2018 г.

Источник: Материалы КППМГ

На рисунке 1.4 видно, что существующий номерной фонд почти в 2 раза превышает требования ФИФА. Однако анализ показал, что значительная часть предложения, что присутствует на рынках, не соответствует международным стандартам качества. Суммарное же предложение будущего номерного фонда по большей части приходится на Москву и Санкт-Петербург, планы по расширению которых не так зависимы от чемпионата.

Можно сказать, что на современном этапе индустрия гостеприимства в России развивается достаточно активно. По прогнозам аналитиков в ближайшие 10 лет большинство объектов будет соответствовать международным стандартам и выдвигаемым требованиям.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Перечислите основные этапы становления и развития гостиничного дела.
2. Приведите примеры эпохальных событий, которые способствовали развитию гостиничного дела.
3. Поясните происхождение понятий «гостиница» и «отель».
4. Подготовьте краткое сообщение об истории развития гостиничного дела.
5. Назовите и охарактеризуйте факторы, влияющие на развитие гостиничного дела.
6. Какие факторы развития гостиничного дела относятся к внешним? Охарактеризуйте их.
7. Назовите и охарактеризуйте внутренние факторы развития гостиничного дела.
8. Какие факторы относятся к социально-демографическим?
9. Сформулируйте основные тенденции развития гостиничного дела в России.
10. Назовите существующие модели гостеприимства.
11. Каким образом Олимпийские игры 2014 г. в Сочи повлияли на развитие гостиничного дела в России?

## Глава II

# ТИПОЛОГИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

---

**Цель:** знать основные типы предприятий гостиничного хозяйства и критерии, по которым предприятия относятся к тому или иному типу или классу; порядок классификации предприятий гостиничного хозяйства в России.

**Ключевые слова и терминь:** тип гостиничного хозяйства, классификация средств размещения, категория гостиницы и номера, коллективные и индивидуальные средства размещения.

### 2.1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ТИПОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Различные услуги, предоставляемые гостиничным предприятием, дополняют друг друга, в большинстве случаев являются взаимозависимыми и воспринимаются клиентом как единое целое. В зависимости от того, как они сформированы в единый комплекс, складывается определенный тип гостиничного предприятия. Выделяют несколько типов.

**1. Отели люкс.** По вместимости относятся к малым или средним предприятиям и обычно располагаются в центре города. В них работает хорошо обученный персонал, обеспечивая высокий уровень сервиса. Клиентами, как правило, являются участники конференций, деловых встреч, бизнесмены, высокооплачиваемые профессионалы. Цена номера, включающая все возможные виды обслуживания, высокая.

В таких гостиницах номера имеют несколько комнат: гостиную и изолированную спальню. В отдельных номерах люкс есть кухня с холодильником и встроенным мини-баром. В таких отелях, как правило, меньше площади отводится под общественные залы и холлы. Эти отели рассчитаны также на людей, которые пользуются номером люкс как местом временного проживания и наслаждаются домашним комфортом вне дома. Приезжающие в отпуск семьи находят такое место проживания на отдыхе очень удобным.

**2. Коммерческие отели (бизнес-отели)** обычно расположены в центре города или в его деловом районе, т.е. в зонах, удобных для целевых групп. Это крупная группа отелей, которая обслуживает в основном бизнесменов, участников форумов, конференций, конгрессов, симпозиумов. Кроме того эти отели находят привлекательными многие туристские

группы, туристы-индивидуалы, небольшие конференц-группы. Гостям в этих отелях предлагаются следующие услуги: газеты, утренний кофе, местная телефонная связь, кабельное телевидение и др. Гости могут воспользоваться арендованной машиной, транспортом из аэропорта, кафетерием, обеденным залом и др. Большинство коммерческих отелей располагают конференц-залами, номерами люкс и банкетными залами.

Гостиницы среднего класса по вместимости больше отеля люкс и рассчитаны на 400—2000 мест. В основном они располагаются в центре города или городской черте. В них предлагают широкий набор услуг, и цены равны уровню расположения региона или несколько выше. Здесь обычно предлагается широкий выбор вариантов размещения — от номеров «люкс» и апартаментов до двух-, трехместных номеров.

**3. Апартаменты** — гостиницы малых или средних размеров, до 400 мест. Апартаменты чаще всего характерны для крупных городов и представляют собой номера квартирного типа, используемые в качестве временного проживания на условиях самообслуживания. Цена в данном типе гостиниц зависит от качества и сроков размещения. Апартаменты обслуживают преимущественно семейных туристов и бизнесменов, а также работников, командированных на длительный срок.

**4. Сьюит-отели** — это разновидность апартаментов. Различие между ними состоит в том, что апартаменты имеют кухонное оборудование, а сьюит-отели нет. Сьюит-отели предоставляют номера, состоящие из гостиной и спальни. В них площадь помещений общего назначения сокращена до минимума, равно как и ограничен набор дополнительных услуг. Такими отелями пользуются семейные туристы, бизнесмены, профессионалы, командированные работники. Отдельные предприятия предлагают услуги питания, которые могут как включаться в стоимость проживания, так и нет.

**5. Гостиницы экономического класса.** Эти гостиницы малой или средней вместимости — до 150 и более мест, часто располагаются вблизи крупных транспортных магистралей и осуществляют быстрое обслуживание, предоставляя ограниченный набор дополнительных услуг. Гостиницы такого класса в основном используют туристы-индивидуалы, стесненные в средствах и желающие получить только услугу размещения. Такие гостиницы чаще всего имеют в своей структуре двух-, четырехместные и многоместные номера.

**6. Отель-курорт** в основном располагается в курортных местностях. Такие отели характеризуются большими различиями по показателю вместимости — от 100 до 3000—5000 мест и предлагают своим гостям полный пакет различных услуг. Специфика таких отелей определяется специализацией курорта или курортной местности: в их структуру входят



медицинские отделения и кабинеты, которые ориентированы на предоставление различных медицинских и диагностических услуг, питание в отелях такого типа часто организуется в форме диетических столов.

Многие отели предлагают широкий набор услуг для активной деятельности гостей: танцы, гольф, теннис, верховая езда, походы на природу, катание на лыжах, плавание. Отличает эти отели и особая комфортная и расслабляющая атмосфера, царящая в них. Подобные отели рассчитывают на постоянных клиентов, приезжающих сюда на отдых из года в год, а также на их положительные отзывы и рекомендации своим друзьям и знакомым.

**7. Мотель** — гостиница, обслуживающая в основном гостей, прибывших на автомобиле. Мотели предоставляют парковку для автомобилей гостей рядом с гостиницей. Мотели могут располагаться в любом месте, но обычно их можно встретить на окраине города или вдоль шоссе. Большинство мотелей двухэтажные и построены в районе основных магистралей. Для мотелей характерен средний уровень обслуживания при небольшом количестве персонала. Вместимость мотелей чаще всего небольшая, не превышает 100—300 мест.

**8. Отели вблизи аэропортов.** Авиаперелеты способствовали росту спроса на гостиницы вблизи аэропортов, особенно международных. Эти гостиницы отличаются от других по количеству номеров и уровню сервиса. Типичные целевые рынки для этих отелей: бизнесмены, авиапассажиры, вынужденные из-за задержки рейса остаться в аэропорту, а также персонал авиалиний. Эти отели обычно располагают специальными лимузинами для передвижения гостей из аэропорта в гостиницу и назад. Почти во всех аэропортах развешаны рекламные щиты с номерами телефонов близлежащих отелей, которые располагают возможностями для проведения конференций. Такие гостиницы не предлагают широкого спектра дополнительных услуг.

**9. Отели для постоянного проживания.** Эти отели рассчитаны на клиентов, практически постоянно проживающих в них. В основном это одинокие люди. Как правило, подобные отели распространены в США и обслуживают клиентов, которые могут позволить себе ограниченный гостиничный сервис каждый день. Такие отели вытесняются отелями люкс и отелями-кондоминиумами. Обстановка номера в таком отеле состоит из гостиной, спальни и маленькой кухни. К услугам клиентов — ежедневная уборка, телефон, услуги контактной службы и другой гостиничный сервис. При отеле может быть ресторан и зал для отдыха. В отелях для постоянного проживания могут останавливаться и транзитные гости.

**10. Частные гостиницы типа «ночлег и завтрак»** — дешевый гостиничный продукт, который организуется владельцем гостиницы, тут же

и проживающим. Это могут быть небольшие дома, где расположено несколько номеров или небольшие коммерческие здания (от 20 до 30 номеров). Обязательный завтрак варьируется от легкого континентального до полноценного обеда. Иногда гостиницы предлагают лишь ночлег и завтрак. Все остальные виды сервиса и рекреационные возможности отсутствуют. Этим объясняется низкая цена проживания в подобной гостинице. Они располагаются в пригородах, в сельской местности и имеют крайне малую вместимость — не более 50 человек.

**11. Отели-гарни.** Данный тип отелей похож на предыдущий тип предприятий размещения. В таких отелях предполагается весьма ограниченный набор услуг — размещение и континентальный завтрак. Отели такого типа чаще всего располагаются за пределами или в пригородах городов, вдоль крупных автомагистралей и имеют весьма различную вместимость и предлагают дешевое обслуживание. Характер обслуживания и расположения таких отелей предопределяются сегментом, на обслуживание которых они рассчитаны, в основном это транзитные пассажиры и туристы, путешествующие по Европе на автобусах (в рамках автобусных туров).

**12. Таймшерные отели.** Другой расширяющийся сегмент гостиничной индустрии — таймшерные отели. Индивидуалы покупают право владения частью помещения на какой-то срок (от одной до двух недель в год) и у таймшерного отеля может быть несколько владельцев. Так как помещение функционирует в основном как отель, то путешественники, арендующие помещения, могут и не осознавать, что это в действительности часть таймшерного отеля. Эти отели становятся особенно популярными в курортных зонах. Владельцы часто не могут себе позволить совладение отелем в течение всего года, поэтому являются таковыми лишь несколько недель в году. Их вместимость составляет обычно от 50 до 250 номеров. Представляется полный набор обслуживания по завышенным ценам.

**13. Отели-кондоминиумы.** Они похожи на таймшерные. Разница между ними заключается в форме собственности: помещения в отелях-кондоминиумах могут передаваться во владение лишь одному хозяину. В отеле-кондоминиуме владелец сообщает управляющей компании, на какое время он хочет владеть частью помещения. Номер обычно включает гостиную, столовую, кухню, ванную, одну или две-три спальни. Гости останавливаются здесь на одну-две недели.

Таймшерные владельцы и владельцы отелей-кондоминиумов получают доход от аренды помещения и платят управляющей компании за рекламную деятельность, аренду, бытовые и технические услуги. Владельцы также ответственны за меблировку помещения.

**14. Казино-отели.** Отели, располагающие возможностями для проведения азартных игр, выделяются в особую группу. Хотя гостиничные номера и сервис предприятий питания могут быть на высшем уровне, их функции вторичны по отношению к казино. В казино-отели стремятся высокообеспеченные гости, которые намерены хорошо провести время. Часто в этих отелях можно встретить рестораны, предлагающие особую кухню. К услугам гостей экстравагантные шоу. Казино в отеле работает 24 часа в сутки и 365 дней в году, что говорит о высокой степени эксплуатации гостиничных номеров и предприятий питания. Некоторые казино-отели очень большие по своим размерам — до 4 тыс. номеров.

В структуре номерного фонда таких отелей преобладают многокомнатные номера с дорогим интерьером, мини-бассейнами, джакузи, несколькими ванными комнатами и спальнями. Особенностью обслуживания в казино-отелях является то, что блюда и напитки предоставляются бесплатно, т.е. их стоимость входит в стоимость размещения. Стоимость номера в таких отелях может достигать до 20—30 тыс. дол. США за ночь пребывания.

**15. Конгресс-отели.** Они представляют собой разновидность бизнес-отелей, однако имеют значительно большую вместимость — до 2 тыс. номеров и более. Во многих отелях есть залы для проведения собраний и дискуссий, а также выставочные площади для проведения выставок и ярмарок. В большинстве таких отелей предлагается ночлег на одну—две ночи, так как конференции имеют локальный характер. Особое внимание уделяется организации питания, для чего в рамках отелей создаются многочисленные рестораны, кафе, бары, бистро.

Конгресс-отели, как правило, располагаются в столицах, в них имеются большие возможности для отдыха: площадки для гольфа, открытые и закрытые бассейны, тренажерные залы, водные процедуры, спортивные площадки для занятий легкой атлетикой и т.д. За все услуги с участников берется одна цена, включающая стоимость номера, питания, использования залов, технического обеспечения и связанных с этим других услуг. Однако возможности для развлечения ограничены, так как конгресс-отели нацелены на удовлетворение нужд организаторов конференции, а не на заполнение досуга ее участников.

**16. Пансионы** — предприятия с простым стандартом и ограниченным спектром услуг. В отличие от отелей-гарни здесь предоставляются завтраки, обеды и ужины, т.е. полный пансион, но только проживающим в отеле клиентам. Вместимость таких предприятий колеблется в достаточно широких пределах от небольших до крупных гостиниц.

**17. Передвижные отели.** Данная категория охватывает несколько разновидностей средств размещения, общим для которых является их мобильный характер.

**Ротель** представляет собой передвижную гостиницу-вагон с одно- и двухместными отсеками, в которых расположены спальные кресла. Имеются отсек для переодевания, туалет, кухня, холодильник.

**Ботель** — небольшая гостиница на воде, в качестве которой используется изъятые из эксплуатации и соответствующим образом оборудованное судно.

**Флотель** — гостиница, в качестве которой используется морское судно на ходу. Такая гостиница предоставляет возможность перемещения по морю и широчайший спектр услуг, доступный пассажирам морских круизов.

**Флайтель** — аэрогостиница, или «летающий отель». Чрезвычайно дорогой и немногочисленный тип гостиниц. Оборудован посадочной площадкой и связью с метеослужбами.

**Альтернативные способы размещения гостей.** Хотя существует определенное сходство с гостиницей (предлагаются условия для ночлега), выделяются отдельно парки мобильного отдыха, кемпинги, рекреационные транспортные парки. В некоторых курортных зонах парки и кемпинги являются сильными конкурентами традиционным гостиницам, так как они нацелены на более широкий сегмент рынка. Многие государственные и национальные парки предлагают кемпинги и другие помещения для проживания, которые напрямую конкурируют с отелями. Их преимущество заключается в том, что они расположены в зоне парка и, как правило, очень дешевые.

## **2.2. КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ**

Гостиницы являются неотъемлемой частью туристской индустрии. В соответствии с Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристская индустрия представляет собой совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников.

При этом гостиничная индустрия представляет собой вид экономической деятельности, который включает предоставление гостиничных

услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и т.д. Гостиничную деятельность определяют как деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, обладающих или наделенных в установленном порядке имущественными правами на какое-либо коллективное средство размещения по непосредственному распоряжению и управлению им, для предоставления услуг размещения и обслуживания граждан, а также иная деятельность по организации и оказанию гостиничных услуг, включая их реализацию.

По определению Всемирной туристской организации, гостиница — это коллективное средство размещения, состоящее из определенного количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее набор услуг (минимум — заправку постелей, уборку номера и санузла) и сгруппированное в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров.

Гостиницы обладают следующими 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).

Все средства размещения классифицированы по отдельным группам. Группа «Гостиницы и аналогичные предприятия» включает гостиницы квартирного типа, мотели, придорожные и пляжные гостиницы, клубы с проживанием, пансионаты, меблированные комнаты, туристские общежития. Группа «Специализированные предприятия» состоит из санаториев, лагерей труда и отдыха, размещения в коллективных средствах транспорта (поездах, морских и речных судах и яхтах), а также конгресс-центрах. Группа «Прочие коллективные средства размещения» включает комплексы домов и бунгало, организованные в качестве жилища, предназначенного для отдыха, огороженные площадки для палаток, автоприцепов, домов на колесах, бухты для малых судов, а также молодежные общежития и т.д.

Аналогичные заведения включают пансионаты и меблированные комнаты, туристские общежития и другие средства размещения, кото-

рые состоят из номеров, и предоставляют ограниченные гостиничные услуги, включая ежедневную заправку постелей, уборку номера и санузла. Специализированные предприятия, помимо предоставления услуг размещения, выполняют еще какую-либо другую специализированную функцию, например организацию конференций, лечение и т.д. К числу предприятий данного вида относятся оздоровительные заведения, лагеря труда и отдыха, конгресс-центры и т.д.

Прочие коллективные средства размещения предоставляют ограниченные гостиничные услуги, исключая ежедневную заправку постелей и уборку жилых помещений. Они могут состоять не из номеров, а представлять собой единицы типа «жилище», «площадка для кемпинга» или «коллективное спальное помещение (общежитие)».

К индивидуальным средствам размещения относятся собственные жилища: квартиры, виллы, особняки, коттеджи, используемые посетителями-резидентами (в том числе и апартаменты таймшера), комнаты, арендуемые у частных лиц или агентств, помещения, предоставляемые бесплатно родственниками и знакомыми.

Категорийность гостиницы, где будет размещен турист, должна быть указана на бланке туристской путевки, там же указывается и вид размещения: одноместный номер — ОДН (*SGL*); двухместный — ДВМ (*DBL*); трехместный — ТРМ (*TRP*); четырехместный — ЧТМ (*QUATR*) и т.д.

В международной практике принята Стандартная классификация средств размещения туристов, разработанная экспертами ВТО и включает следующие группы средств размещения.

#### 1. Коллективные средства размещения:

##### 1) гостиницы и аналогичные средства размещения:

- гостиницы — объекты, состоящие из номеров, число которых превышает некоторый минимум (7—10), сгруппированные в классы и категории в соответствии с услугами и стандартами страны, имеющие единое руководство и предоставляющие разнообразные гостиничные услуги (отели, мотели, гостиницы квартирно-гостиничного типа, клубы-отели, пляжные и курортные гостиницы, пансионаты и т.д.),

В публикуемых статистических данных имеются различия:

по размеру: меньше 100 номеров, от 100 до 300 номеров, свыше 300 номеров;

по уровню и качеству обслуживания и комфорту: отели класса люкс, первого класса, экономкласса;

по управлению: независимые, принадлежащие цепям.

- аналогичные средства размещения (туристские общежития, меблированные комнаты и другие заведения, которые предо-

ставляют ограниченные услуги, например проживание, включая уборку номера);

2) специализированные заведения (кроме услуг размещения выполняют еще какую-либо другую специализированную функцию):

- оздоровительные заведения (лагеря труда и отдыха и т.п.),
- общественные средства транспорта (поезда, морские и речные суда и т.д.),
- конгресс-центры;

3) прочие коллективные заведения:

- жилища, предназначенные для отдыха,
- кемпинги и др.

2. Индивидуальные средства размещения:

1) собственные жилища;

2) арендуемые комнаты;

3) арендуемые жилища;

4) размещение у родственников и знакомых (бесплатно);

5) прочие.

Минкультуры России предлагает к 2018 г. сертифицировать все гостиницы на территории страны, чтобы все российские отели прошли процедуру присвоения звезд в соответствии с международными стандартами гостиничной классификации. Согласно статистическим данным, на данный момент из 11 тыс. российских гостиничных предприятий сертифицировано только 600 учреждений гостиничного типа. При этом  $\frac{2}{3}$  сертифицированных отелей в нашей стране располагаются на территории Сочи, где классификация гостиничных предприятий была обязательной из-за прошедшей Олимпиады. Именно отсутствие в России обязательной «звездной» классификации сейчас позволяет многим гостиничным предприятиям нашей страны оставаться в тени и не учитываться.

Внедрение в России обязательной «звездной» классификации гостиничных предприятий будет проходить поэтапно. Министерство сначала планирует обязать обзавестись официальными звездами те гостиницы и отели, которые располагаются на территории российских городов, принимающих участие в проведении матчей Чемпионата мира по футболу 2018 г. А потом подобная практика будет уже внедрена на всей остальной территории страны. Планируется, что до 2016 г. должна завершиться классификация гостиниц во всех российских городах, на территории которых будет проходить Чемпионат, а к 2018 г. — по всей стране. Обязательная классификация российских отелей позволит гостиницам нашей страны войти в сети продаж международного уровня. Властям же, благодаря такой инициативе, будет проще учитывать гостиничные предприятия.

Свидетельство о присвоении гостинице той или иной категории является основанием для применения соответствующего Знака категории гостиницы.

Знак категории гостиницы графически представляет собой совокупность пятиконечных звезд правильной формы произвольного размера количеством от одной до пяти, который должен соответствовать следующим требованиям:

- знак категории гостиницы и иного средства размещения имеет прямоугольную форму с изображением пятиконечных звезд в количестве, соответствующем присвоенной категории;

- изображение звезд размещается в один ряд в средней части знака;

- в верхней части знака наносится надпись следующего содержания: «Государственная система классификации объектов туристской индустрии»;

- знак изготавливается из любого прочного материала, обеспечивающего длительное использование при соответствующих климатических условиях;

- цветовая гамма знака должна обеспечивать четкое восприятие нанесенной на него информации;

- высота знака — 400 мм, ширина — 500 мм;

- знак размещается у главного входа в гостиницу или иное средство размещения;

- для гостиниц категории «мини-отель» вместо изображения звезд располагается текст «мини-отель».

### **2.3. ПОРЯДОК КЛАССИФИКАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ**

Приказом Минкультуры России от 3 декабря 2012 г. № 1488 (далее Приказ № 1488) утвержден «Порядок классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями». Настоящий документ определяет условия и порядок проведения аккредитованными организациями классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи (далее — объекты туристской индустрии).

Система классификации гостиниц устанавливает организационную структуру и порядок проведения работ по оценке соответствия и присвоению гостиницам категорий «пять звезд», «четыре звезды», «три звезды», «две звезды», «одна звезда», «мини-отель».

Классификация гостиниц проводится в три этапа.

Первый этап — оценка соответствия гостиницы категории.

Второй этап — принятие решения аккредитованной организацией о присвоении гостинице и иному средству размещения категории.

Третий этап — подтверждение категории классифицированных гостиниц и иных средств размещения.



Оценка соответствия гостиниц категории проводится в следующем порядке:

1) получение аккредитованной организацией от заявителя заявки на проведение классификации. Для проведения классификации заявитель направляет на проведение классификации в аккредитованную организацию заявку, к которой прилагаются:

- анкета, содержащая сведения о номерном фонде и его структуре для определения объемов работ по классификации,
- копии учредительных документов и документов о государственной регистрации юридического лица или копии документов о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, заверенные заявителем,
- копии документов (заверенные заявителем), подтверждающих соответствие оказываемых услуг требованиям пожарной безопасности, соблюдение санитарно-гигиенических и противоэпидемиологических правил, норм и требований охраны окружающей среды;

2) проведение оценки гостиницы и составление акта.

После получения заявки и документов аккредитованная организация заключает договор с заявителем на проведение классификации и проводит работы по оценке соответствия гостиницы и иного средства размещения категории.

Оценка гостиницы базируется на совокупности требований и критериев балльной оценки.

Категории гостиниц и иных средств размещения обозначаются символом «звезда». Высшая категория средства размещения — «пять звезд», низшая — «одна звезда».

Для гостиниц и иных средств размещения с количеством номеров от 5 до 15 устанавливается категория «мини-отель».

Оценка соответствия гостиниц категории включает в себя оценку гостиницы в целом и ее номерного фонда.

Оценка соответствия гостиниц одной из категорий проводится в пять этапов:

*первый этап* — предварительная оценка соответствия гостиницы по критериям, приведенным в Приложении 1. По результатам предварительной оценки составляется протокол соответствия гостиницы категории.

Требования к гостиницам и другим средствам размещения, предусмотренные Приказом № 1488, объединены в следующие группы:

- здание и прилегающая к нему территория (вывеска, вход для гостей),

■ техническое оборудование (аварийное освещение и энергоснабжение, водоснабжение, кондиционирование воздуха, внутреннее радиовещание, лифт, телефонная связь из номера),

■ номерной фонд: доля мест в одно-, двухместных номерах, наличие многокомнатных номеров, площадь номеров, наличие и площадь санузлов в номерах,

■ техническое оснащение (двери и замки, охранная сигнализация, средства контроля за безопасностью, звукоизоляция, освещение, электророзетки, отопление, кондиционирование, телевизор, холодильник, мини-бар, мини-сейф и т.д.),

■ санитарные объекты общего пользования (общий туалет из расчета на 20 человек, душевая из расчета на 30 человек, проживающих в номерах без туалета и душа, оборудование душевых комнат),

■ общественные помещения (площадь помещения, наличие мебели, службы приема и размещения с зоной отдыха и ожидания, специальных напольных покрытий, ковров и ковровых покрытий, художественных композиций, музыкального вещания, газет, журналов, сейфа, гардероба в вестибюле, гостиных, залов для культурных (деловых) мероприятий с надлежащим оборудованием, бизнес-центра, медицинского кабинета, парикмахерской, комнат бытового обслуживания, магазинов и т.д.),

■ помещения для предоставления услуг питания (рестораны, бары, кафе, банкетные залы, ночной клуб),

■ услуги (работа службы приема, услуги швейцара, подноска багажа, уборка номера, стирка и глажение, химчистка, мелкий ремонт одежды, почтовые и телеграфные услуги, услуги секретаря, электронные средства связи, хранение багажа, обмен валюты, организация встреч и проводов, вызов такси, прокат автомобилей, бронирование и продажа билетов в театры, на спортивные мероприятия и т.д.),

■ услуги питания (обслуживание, возможность выбора любого из вариантов предоставляемого питания, работа кафе или бара, бронирование мест в ресторане, обслуживание в номере),

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

*второй этап* — оценка соответствия номеров гостиницы;

*третий этап* — оценка соответствия персонала гостиницы;

*четвертый этап* — балльная оценка гостиницы по критериям, указанным в Приложениях 2 и 3.

Средства размещения определенной категории должны соответствовать установленным требованиям к оснащению и обслуживанию (Приложения 1—3):

1) гостиницы с количеством номеров более 50 — требованиям, указанным в Приложении 1 и критериям балльной оценки, указанным в Приложении 2, с учетом следующего суммарного количества баллов:

- для категории «пять звезд» — 120 баллов,
- для категории «четыре звезды» — 100 баллов,
- для категории «три звезды» — 80 баллов,
- для категории «две звезды» — 50 баллов,
- для категории «одна звезда» — 20 баллов;

2) гостиницы и другие средства размещения с количеством номеров менее 50 — требованиям, указанным в Приложении 1 и критериям балльной оценки согласно Приложению 3, с учетом следующего суммарного количества баллов:

- для категории «пять звезд» — 70 баллов,
- для категории «четыре звезды» — 60 баллов,
- для категории «три звезды» — 45 баллов,
- для категории «две звезды» — 35 баллов,
- для категории «одна звезда» — 18 баллов;

3) дома отдыха, пансионаты и аналогичные средства размещения — требованиям, указанным в Приложении 6 и критериям балльной оценки, указанным в порядке классификации объектов туристической индустрии, включая гостиницы и иные средства размещения, с учетом следующего суммарного количества баллов:

- для категории «пять звезд» — 135 баллов,
- для категории «четыре звезды» — 115 баллов,
- для категории «три звезды» — 95 баллов,
- для категории «две звезды» — 60 баллов,
- для категории «одна звезда» — 30 баллов.

Допускается уменьшение требуемого количества баллов на 10%.

Если гостиница по суммарному количеству баллов не соответствует категории, установленной при предварительной оценке (первый этап), то принимаются следующие решения: в случае, если суммарное количество баллов ниже значений, установленных для данной категории, то средству размещения присваивается более низкая категория по отношению к предварительной оценке; если суммарное количество баллов выше значений, установленных для данной категории, то средству размещения присваивается категория, соответствующая предварительной оценке;

4) гостиницы и иные средства размещения для присвоения категории «мини-отель» — требованиям, указанным в Приложении 4.

По результатам оценки составляется акт, который оформляется в двух экземплярах. К акту прилагаются протоколы, подписанные

представителями аккредитованной организации и заявителя в двух экземплярах. Один экземпляр протоколов остается у заявителя, второй направляется в аккредитованную организацию; на основании вышеуказанных протоколов проводится окончательная оценка соответствия гостиницы определенной категории.

Классификация номеров по категориям основана на комплексе требований и критериях балльной оценки (см. Приложения 5 и 6). Оценка соответствия номеров категориям проводится также поэтапно:

1) предварительная оценка соответствия номера установленным требованиям (см. Приложение 5). По результатам предварительной оценки составляются протоколы соответствия номеров категориям;

2) балльная оценка соответствия номеров по установленным критериям (см. Приложение 6). По результатам балльной оценки составляются протоколы, в которых указывается суммарное количество баллов;

3) на основании вышеуказанных протоколов проводится окончательная оценка соответствия номеров категориям.

Результаты оценок номеров оформляются протоколами.

Устанавливаются следующие категории номеров средства размещения:

- 1) высшая: сюит, апартамент, люкс, студия;
- 2) первая;
- 3) вторая;
- 4) третья;
- 5) четвертая;
- 6) пятая.

Номера определенной категории должны соответствовать требованиям, изложенным в Приложении 5 и критериям балльной оценки, указанным в Приложении 6, с учетом следующего суммарного количества баллов:

- для высшей категории — 45 баллов;
- для первой категории — 23 балла;
- для второй категории — 9 баллов;
- для третьей категории — 9 баллов;
- для четвертой категории — 8 баллов;
- для пятой категории — 4 балла.

Если номера первой—пятой категорий по суммарному количеству баллов не соответствуют категории, установленной при предварительной оценке, то принимаются следующие решения: если суммарное количество баллов в номере первой категории ниже значений, установленных для данной категории, номеру присваивается более низкая категория (вторая); номера второй—пятой категории выводятся из номерного фонда для ремонта.

Допускается уменьшение требуемого количества баллов на 10%, кроме номеров второй, третьей, четвертой и пятой категорий.

По результатам экспертной оценки составляется акт, который оформляется в двух экземплярах. К акту прилагаются протоколы, подписанные представителями аккредитованной организации и заявителя также в двух экземплярах. Один экземпляр протоколов остается у заявителя, второй направляется в аккредитованную организацию.

Оценка персонала гостиниц и иных средств размещения проводится в соответствии с требованиями и критериями балльной оценки с учетом следующего суммарного количества баллов:

- для категории «пять звезд» — 29 баллов;
- для категории «четыре звезды» — 27 баллов;
- для категории «три звезды» — 25 баллов;
- для категории «две звезды» — 19 баллов;
- для категории «одна звезда» — 17 баллов.

По результатам балльной оценки составляются протоколы, в которых указывается суммарное количество баллов, и на основании которых проводится окончательная оценка соответствия персонала категории из расчета один балл за одно соответствие требованиям к персоналу гостиниц.

Решение о присвоении гостинице категории принимается аккредитованной организацией в следующем порядке:

- 1) анализируются представленные документы и принимается решение о присвоении гостинице категории;
- 2) решение о присвоении гостинице категории подписывается руководителем аккредитованной организации и заверяется печатью;
- 3) оформляется свидетельство о присвоении гостинице соответствующей категории.

Свидетельство о присвоении гостинице категории содержит:

- 1) наименование аккредитованной организации, проводившей классификацию; дату и номер выдачи; полное название гостиницы и иного средства размещения; место нахождения;
- 2) присвоенную категорию; должность, фамилию, имя и отчество руководителя аккредитованной организации, и его подпись, заверенную печатью.

Копия свидетельства направляется в Минкультуры России для внесения в перечень классифицированных гостиниц.

В случае принятия решения об отказе в присвоении категории решение с обязательным указанием причин отказа направляется заявителю не позднее 30 календарных дней со дня принятия решения аккредитованной организацией.

В аккредитованной организации остается один экземпляр акта с протоколами.

Подтверждение категории классифицированных гостиниц и иных средств размещения осуществляется один раз в два года по результатам проведения аккредитованной организацией оценки соответствия гостиницы требованиям присвоенной категории. При проведении работ по подтверждению категории классифицированных гостиниц аккредитованная организация проверяет устранение несоответствий, выявленных в ходе проведения классификации, но не повлиявших на решение о присвоении категории, а также фиксирует несоответствия, возникшие за истекший период. По результатам работ по подтверждению категории составляется акт, на основании которого аккредитованная организация принимает решение о подтверждении соответствующей категории. Решение направляется аккредитованной организацией заявителю с уведомлением о вручении. Копия решения направляется в Минкультуры России для внесения в перечень классифицированных гостиниц.

Аккредитованные организации проводят дополнительную оценку соответствия гостиниц определенной категории в следующих случаях:

1) наличие информации о претензиях к гостинице и иному средству размещения, имеющему свидетельство о присвоении категории, поступившей в Минкультуры России, в аккредитованную организацию или органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации в сфере туризма;

2) наличие изменений в планировке помещений, технологии оказания услуг, организационной структуре гостиницы, которые могут повлиять на качество оказываемых услуг.

При отрицательных результатах оценки аккредитованная организация принимает решение о приостановлении или отмене действия категории. Решение направляется заявителю с уведомлением о вручении. Копия решения направляется в Минкультуры России для внесения изменений в перечень классифицированных гостиниц и иных средств размещения.

Апелляции по вопросам, связанным с классификацией, рассматривает Комиссия по апелляциям, создаваемая Минкультуры России. Комиссия по апелляциям рассматривает апелляции, поданные в письменном виде, в течение 30 календарных дней после получения заявителем документов о присвоении или отказе в присвоении категории. Комиссия по апелляциям выносит решение по апелляциям не позднее чем через 30 календарных дней с момента их получения. При необходимости комиссия по апелляциям может запрашивать от участников классификации дополнительные материалы. В этом случае срок

рассмотрения апелляции увеличивается на время, необходимое для получения запрошенных материалов. По окончании рассмотрения материалов комиссия по апелляциям принимает решение и направляет его вместе с материалами по апелляции в аккредитованную организацию и заявителю с уведомлением о вручении. Решение комиссии по апелляциям является обязательным к исполнению для всех участников классификации.

Собственный подход к классификации гостиниц имеют гостиничные цепи. Обычно в них выделяются не категории, а бренды — торговые марки. В требованиях к каждой марке учитывается не только уровень комфорта, но и назначение, месторасположение и некоторые другие критерии. По сравнению с национальными классификациями гостиничные цепи устанавливают более высокие требования и стандарты к объектам своих торговых марок. Каждая цепь старается формировать определенный, неповторимый имидж. Для этого каждая цепь вводит стандарты, разные для каждой марки в одной стране, но одинаковые для одной и той же марки в разных странах. Все без исключения отели подвергаются ежегодной проверке, и при несоблюдении стандартов и требований лицензия на право использования торговой марки отзывается по условиям договора, а отель выбывает из состава цепи.

Особой системы классификации требуют мини-отели. Данные средства размещения очень распространены в Санкт-Петербурге, в бывших коммунальных квартирах, соседствующих с жилыми квартирами. Если под гостиничные услуги переоборудован весь подъезд, то это уже гостиница. Если же это обычные благоустроенные квартиры, к которым необходимо идти через подъезд мимо жилых квартир, — это индивидуальное средство размещения. Фактически речь идет о том, что индивидуальный предприниматель сдает в аренду жилое помещение. Если у него есть дополнительные услуги, отель подпадает под действие другого стандарта: «Средства размещения. Общие требования», ГОСТ Р 51185-2008. В данном стандарте есть требования к индивидуальным средствам размещения, но в этой системе мини-гостиницы пока не могут получить категорию. Стандарт устанавливает общие требования к средствам размещения и предоставляемым в них услугам.

## **2.4. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ ГОСТИНИЦ**

Все гостиничные предприятия по функциональному назначению делятся на две большие группы: транзитные гостиницы и целевые гостиницы.

Транзитные гостиницы предназначены для обслуживания туристов в условиях кратковременной остановки. Они расположены вдоль магистралей с большим движением (железнодорожных, авиационных, автомобильных, водных). Проектируются, как правило, малой и средней вместимости с ограниченным уровнем комфорта, вне городской застройки. Имеют небольшой обслуживающий персонал, гаражи, автосервис, заправки. Наиболее популярны в этой категории мотели.

Первоначально мотель был задуман как средство размещения, оказывающее ограниченный набор услуг, в то время как гостиница предлагала полное обслуживание. Клиентами мотелей были различные категории туристов, путешествующих на автомобилях, в том числе и с высоким уровнем достатка. В связи с их потребностями в мотелях постепенно расширялся спектр предлагаемых услуг, и они все меньше стали отличаться от отелей. Вскоре основным различием между мотелями и гостиницами было то, что мотели предлагали услуги парковки и технического обслуживания автомобилей.

К целевым гостиницам относятся гостиницы делового назначения и гостиницы для отдыха (курортные, туристские). Гостиницы делового назначения обслуживают лиц, пребывающих в деловых поездках и командировках. Предприятия этой группы наиболее известны как гостиницы для конгрессного обслуживания — симпозиумов, съездов, собраний, конференций и т.д. Эти гостиницы пользуются наибольшим спросом, так как согласно исследованиям 50% потенциальных клиентов гостиниц (людей, находящихся в пути) перемещаются с деловыми целями, 40% — с целью отдыха и лечения, 10% — с целями поиска работы, посещения родственников, друзей.

Важность деловых клиентов для отелей обусловлена рядом причин:

1) деловые люди — участники конференций, симпозиумов, форумов, совещаний — имеют высокий уровень достатка, оплачивают проживание и активно пользуются дополнительными услугами. Бизнесмены часто размещаются в гостиницах с членами своих семей, которые не связаны с деловой программой, но активно участвуют в развлекательной;

2) ориентация на обслуживание бизнесменов позволяет гостиницам проводить гарантированное бронирование и более точно планировать загрузку номерного фонда и материально-технической базы отеля;

3) бизнесмены, как правило, достаточно постоянны в своих предпочтениях. Поэтому предприятию размещения важно организовать прием таких клиентов на высшем уровне, чтобы впоследствии они приезжали сюда повторно. Бизнесмены также прекрасный носитель реклам-



ной информации, поскольку удовлетворенный обслуживанием клиент рекомендует данную гостиницу своим коллегам, друзьям, близким;

4) ориентация на обслуживание деловых людей позволит в определенной мере преодолеть негативные последствия сезонности, так как основная масса деловых мероприятий проводится именно в низкий и межсезонный периоды.

Гостиницы делового назначения должны отвечать следующим условиям: месторасположение вблизи административных, культурных центров города; преобладание одноместных номеров; наличие в номере рабочей зоны; наличие номеров-апартаментов; наличие конференц-залов, центров коммуникационных технологий; наличие технического оборудования; наличие служб финансового обеспечения; наличие стоянок, гаражей.

Курортные гостиницы предусматривают предоставление услуг размещения, диетического питания и лечебно-оздоровительных программ, расположены на территориях, предоставляющих возможности для отдыха, оздоровления и лечения в естественных климатических и природных условиях. В структуре курортных гостиниц обязательно должны быть медицинские услуги, диетическое питание, условия для занятия спортом. Основная проблема таких отелей — сезонность спроса.

Туристские гостиницы, как правило, располагаются на туристских маршрутах. Комплекс услуг формируется в соответствии с программой маршрута и заранее определяется путевкой. В СССР туристские гостиницы были развиты достаточно хорошо. В настоящее время многие туристские гостиницы, базы и кемпинги возрождаются, строятся современные туристские отели. Наиболее часто встречаются туристские гостиницы, ориентированные на прием туристов для занятий спортом — туристско-спортивные гостиницы.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Какие типы гостиниц вы знаете?
2. Какие типы предприятий размещения наиболее распространены?
3. Какие признаки присущи гостинице?
4. Охарактеризуйте Стандартную классификацию средств размещения ВТО.
5. Что является знаком категории гостиницы и какие требования к нему предъявляются?
6. В какие группы объединены требования к гостиницам и иным средствам размещения для присвоения им категории?
7. В какие этапы проходит присвоение категории гостиницам?
8. Какие категории устанавливаются для гостиниц и их номеров?

9. Кто принимает решение о присвоении гостинице и иному средству размещения категории?
10. Назовите порядок принятия решения аккредитованной организацией о присвоении гостинице категории.
11. В каких случаях аккредитованные организации проводят дополнительную оценку соответствия гостиниц и иных средств размещения соответствующей категории?
12. Расскажите о классификации гостиниц по их функциональному назначению.

## Глава III

# ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА СЛУЖБ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ

---

**Цель:** понять особенности технологии и организации деятельности предприятий индустрии гостеприимства; знать нормативную документацию, уметь принимать организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, а также быть готовым нести за них ответственность, руководить людьми и подчиняться руководителю; обладать высокой мотивацией к профессиональной деятельности в гостиничном бизнесе.

**Ключевые слова и терминь:** гостиничное предприятие, номерной фонд, гостиница, служба бронирования, служба обслуживания, персонал, горничная, гость, администратор.

Организационная структура гостиничного предприятия представляет собой совокупность рабочих мест и производственных подразделений, формы их взаимосвязей, обеспечивающих достижение стратегических целей. Своевременное предоставление гостиничных продуктов высокого качества предполагает не только эффективное функционирование каждого подразделения гостиничного предприятия, но и тесное взаимодействие и координацию деятельности различных служб.

Организационная структура гостиницы представлена административной, сервисной, функциональными и вспомогательными службами. Дополнительные службы — службы питания, организации отдыха, спортивно-оздоровительные и др. Вспомогательные службы обеспечивают функционирование гостиницы, к ним относятся инженерная служба, службы снабжения и складирования, химчистка и прачечная и др. Состав и структура перечисленных служб зависит от категории гостиницы.

### 3.1. СЛУЖБА УПРАВЛЕНИЯ НОМЕРНЫМ ФОНДОМ

Важным условием удовлетворения спроса потребителей услуг гостиниц является поддержание тесного взаимодействия различных служб, координация их действий в пространстве и во времени. Прежде всего это относится к службе приема и размещения гостей, поскольку работникам именно этой службы клиенты, как правило, высказывают свои претензии даже в тех случаях, когда проблемы клиентов вызваны деятельностью других подразделений. Например, недовольство каче-

ством уборки номера, за которое отвечает служба номерного фонда, гости высказывают тем служащим, которые постоянно открыты для контакта, т.е. службе приема. Мало того, книги отзывов и предложений с жалобами гостей находятся именно в службах, занятых обслуживанием гостей. Через службу приема осуществляется связь с любым другим подразделением гостиницы.

Службы приема и размещения, службы персонала в униформе и службы эксплуатации номерного фонда образуют службу управления номерным фондом (рис. 3.1).

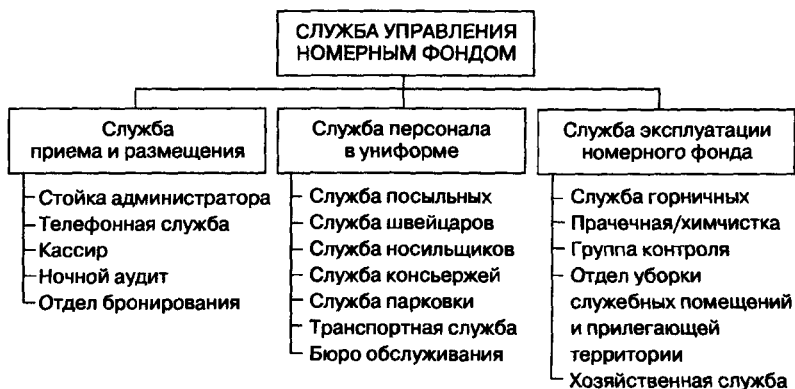


Рис. 3.1. Структура службы управления номерным фондом

### 3.1.1. Служба приема и размещения

Услуги по приему и размещению гостей являются одним из основных видов услуг гостиничного предприятия. Оказание данных услуг осуществляет служба приема и размещения — контактная служба. В связи с тем, что работники этой службы первыми встречают гостей, они должны создавать атмосферу гостеприимства; от их радушия во многом зависит первое впечатление от гостиницы. Персонал службы приема и размещения должен выполнять правила служебного этикета, обладать навыками и знаниями, необходимыми для выполнения должностных обязанностей, проявлять заботу и внимание к гостям, быть вежливыми, доброжелательными, тактичными, выдержанными, не допускать фамильярности, знать правила обращения с гостями разных национальностей.

Важным требованием является использование персоналом форменной одежды, дифференцированной по службам, со служебными

значками. В некоторых гостиницах форменная одежда со служебными значками является для персонала обязательной.

Функции службы приема и размещения можно рассматривать двойко. В широком смысле служба приема и размещения включает весь комплекс служб сервиса: обслуживания, приема, бронирования. Перечисленные службы и закрепленные за ними функции можно проклассифицировать и систематизировать следующим образом:

1) служба приема, которая включает администраторов старших смен, кассиров, справочное бюро, консьержей, производящих выдачу и прием ключей, услуги связи (почта, телефон, телекс), информационное обеспечение;

2) служба бронирования, в том числе отдел бронирования и телефонная служба;

3) служба обслуживания, включающая портье в холле и портье по багажу, швейцаров, лифтеров, посыльных, гардеробщиков, услуги гаража.

Все перечисленные службы (так же, как и гостиница в целом) работают круглосуточно, а сотрудники служб работают по графику.

В более узком смысле служба приема и размещения непосредственно осуществляет встречу (прием) гостей, их регистрацию, оформление документов, взимает плату за проживание, предоставляет клиентам номера для проживания в гостинице. Во многих отелях она получила название *reception*. Эта служба располагается в вестибюле гостиницы за специально оборудованной стойкой.

Процесс приема и размещения включает следующие операции:

- 1) встреча гостей;
- 2) информирование и консультирование о номерном фонде и условиях проживания;
- 3) регистрация по прибытии и оформление документов;
- 4) предварительная оплата;
- 5) размещение в номере и выдача ключей;
- 6) различные виды обслуживания;
- 7) окончательный расчет при выбытии;
- 8) составление и ведение отчетности.

Руководитель службы приема — старший администратор гостиницы — должен постоянно контролировать работу и трудовую дисциплину обслуживающего персонала, уровень обслуживания гостей и правильность расчетов с ними, своевременность подготовки мест по брони. Он должен знать должностные инструкции всего персонала, инструкции по ведению эксплуатационной документации, прейскуранты цен на номера и предоставляемые услуги.

Старший администратор рассматривает жалобы со стороны клиентов и принимает меры для устранения проблем, конфликтов. Он организует рекламно-информационную деятельность. Старший администратор имеет право заниматься кадровыми вопросами, давать представления на освобождение от занимаемой должности или прием на работу администраторов, горничных. Он должен следить за четким, своевременным и качественным исполнением служебных обязанностей администраторов, кассиров-расчетчиков, портье и др.

Поскольку эффективность деятельности гостиницы напрямую зависит от уровня полезного использования (загрузки) номерного фонда, важнейшей задачей службы приема и размещения является наличие сведений о занятости номерного фонда, об освободившихся или освобождающихся в ближайшее время номерах.

Документы службы приема и размещения — карта учета движения номерного фонда, список выбывших из гостиницы, список свободных номеров, расчеты оплаты за бронирование и проживание по безналичному расчету, счета, кассовые отчеты. Эти документы передают в бухгалтерию предприятия. При этом основным документом является *Карта учета движения номерного фонда* (табл. 3.1). Она составляется ежедневно на каждый этаж.

Таблица 3.1

**Карта учета движения номерного фонда**

№ п/п	№ комнаты	Тариф номера	Время освобождения номера		За какой период оплачено	Время занятия номера		ФИО (организация) — заказчик номера	Простой номера	
			дата	часы		дата	часы		часы	сумма

Ежедневно в 24 ч 00 мин закрывают предыдущую карту и открывают новую, в которую администратор из предыдущей карты выписывает свободные номера по мере их освобождения. Затем вписывают тариф номера, дату и время его освобождения.

По мере заполнения номеров в течение текущих суток администратор делает записи в правой части карты: вписывает ФИО гостя, время занятия номера. По мере освобождения номеров заполняют левую часть карты.

Важное значение имеет информирование и консультирование гостей. В вестибюле на информационном стенде и в каждом гости-

ничном номере должен находиться порядок проживания в гостинице в напечатанном виде. Гостиницы должны иметь широкую информацию о наличии, расположении и режиме работы служб, в том числе парикмахерских, ремонта часов, проявки и печати фотоматериалов, проката предметов культурно-бытового назначения, киосков по продаже газет, сувениров, книг и т.д., а также рекламно-информационные материалы.

Информирование и консультирование предполагает также наличие сведений о дополнительных услугах, предоставляемых в гостинице. Дополнительные услуги могут быть бесплатными и платными.

### **3.1.2. Порядок работы отдела бронирования**

Как отмечалось выше, эффективность деятельности гостиницы напрямую зависит от уровня полезного использования (загрузки) номерного фонда, его минимального простоя. Одним из направлений достижения максимального уровня загрузки является использование системы бронирования (предварительного заказа) номеров.

Бронирование — это первый контакт гостя с гостиницей, и впечатление о гостиничном предприятии в целом гость получает именно при этой процедуре. В чем суть бронирования? Гостиница заключает договор — контракт на бронирование мест в гостинице, т.е. их резервирование. Прежде чем потенциальный клиент зарезервирует номер в конкретном отеле, он обзванивает несколько гостиниц, подыскивая лучший вариант. В этих условиях сотрудник службы бронирования, принимающий звонки, может серьезно повлиять на выбор клиента. Это требует от сотрудников службы бронирования определенных, так называемых телемаркетинговых, навыков в борьбе за каждого потенциального клиента.

В зависимости от масштаба и классности гостиничного предприятия процесс бронирования производится либо самостоятельной службой — в крупных гостиницах или гостиницах высокой категории, либо работниками службы приема и размещения — на средних и малых предприятиях. Персонал отдела бронирования размещается в выделенных помещениях вестибюля гостиницы.

Договор на бронирование мест в гостинице заключается между двумя сторонами — администрацией гостиницы и потенциальным клиентом (группой клиентов). Договоры заключаются в устной или письменной форме на основе заявки от клиента.

Различают два вида контрактов по продаже гостиничных услуг: с индивидуальным клиентом или с организацией (на группу клиентов). Причем, заявки от организаций — корпоративных клиентов — условно можно разделить на две группы:

1) заявки от туристских организаций в целях использования номерного фонда для туристов и отдыхающих;

2) заявки от организаторов форумов, конференций, симпозиумов, конгрессов, выставок и других подобных мероприятий.

Как правило, заявки на группу поступают задолго до даты поселения, индивидуальные — за несколько дней.

При оплате заказа по безналичному расчету в заявке обязательно указываются банковские реквизиты организации. Заявку подписывают генеральный директор и главный бухгалтер.

Порядок заключения гостиничного контракта следующий:

1) клиент направляет в адрес владельца гостиницы запрос на бронирование гостиничных услуг. Запрос на бронирование должен содержать перечень услуг, цены на услуги, гарантированную сумму оплаты;

2) после обработки заявки клиенту направляется подтверждение или отказ;

3) направление клиенту подтверждения называется *подтвержденным резервированием*. Подтверждение направляется клиенту незамедлительно, но не более чем в течение 3 суток с момента получения запроса владельцем гостиницы;

4) подтверждение заявки представляет собой уведомление о том, что гостям будут предоставлены номера в гостинице. В уведомлении указываются номер подтверждения, дата предполагаемого прибытия и выбытия гостя, категория номера, количество гостей, количество кроватей и т.д. Данное уведомление гость должен привозить с собой, чтобы по прибытии в гостиницу проверить детали резервирования.

В конце смены заявки на бронирование сдаются в бухгалтерию, оформляются журналы регистрации заявок на бронирование. В небольших отелях до сих пор применяется техника ручного бронирования, осуществляемая с помощью простейших таблиц, которые позволяют наглядно видеть число свободных номеров каждой категории. В больших современных отелях процесс бронирования компьютеризирован.

После подтверждения каждая заявка, а также все изменения и аннуляции вносятся в электронную систему бронирования. Для удобства и более четкой работы используются бланки разного цвета (например: заявка на бронирование — белого цвета, изменение в бронировании — красного; аннуляция — зеленого цвета и т.д.).

Бронирование мест — услуга платная. При опоздании взимается плата за фактический простой номера или места, но не более чем за сутки. При опоздании более чем на сутки бронь аннулируется. В случае отказа потребителя оплатить бронь его размещение в гостинице производится в порядке общей очереди.



Многие специалисты по гостиничному делу отмечают, что бронирование — процедура достаточно рискованная для гостиницы, поскольку практика показывает, что очень часто гости задерживаются или не приезжают в гостиницу вовсе. И забронированные номера остаются не занятыми. Для снижения риска незаселения забронированных номеров гостиничные предприятия прибегают к *гарантированному резервированию*. Гарантированное резервирование предполагает, что гостиница хочет получить гарантии оплаты места на случай, если гость придет с опозданием или вообще не придет. Гарантированное резервирование осуществляется в нескольких формах.

1. Предварительная оплата в форме гарантированного депозита или задатка. В некоторых ситуациях (например, в сезон разгара отпусков), чтобы избежать простоя номеров из-за неявки ожидаемого гостя, владелец может попросить перечислить авансом стоимость проживания за один, несколько дней, за весь срок предполагаемого пребывания. В этом случае контракт признается заключенным только по получении владельцем гостиницы обусловленной суммы или доказательства оплаты от организации. Размер предварительной оплаты зависит от каждого конкретного отеля и колеблется от 50 до 100%. Например, сумма может быть равна цене забронированных услуг (номер, питание) за одни сутки пребывания не в сезон и за трое суток пребывания в пик сезона.

2. Другая форма гарантированного резервирования — использование номера кредитной карточки гостя, с которой снимается определенная сумма в первый-же вечер после планируемого прибытия гостя. Тем самым гарантируется оплата номера даже в том случае, если человек не придет вовсе. На этих условиях отель соглашается держать номер до прибытия гостя. Удобство гарантированного резервирования заключается в том, что гость постарается аннулировать заказ, если увидит, что не сможет им воспользоваться. Это позволяет получить более точную картину наличия свободных номеров с учетом возможного неприбытия отдельных гостей.

### **3.1.3. Порядок регистрации и размещения гостей**

В крупных гостиницах прием и регистрация прибывших гостей, размещение в забронированных и подготовленных к заселению номерах возлагается на Службу приема и размещения.

Проживание оформляется в соответствии с представленными гостем документами, удостоверяющими его личность. Каждому въезжающему выписывается *Карта гостя* с указанием номера занимаемого

помещения, даты заезда, предполагаемой даты выезда. Карта является основанием для получения ключа от номера.

Порядок оформления и состав необходимых документов различаются для российских граждан и иностранцев. Оформление проживания российских граждан осуществляется в момент их прибытия на основании документов, удостоверяющих личность. Дежурный администратор обязан проверить подлинность и принадлежность предъявленных документов.

Оформление проживания иностранных граждан имеет свои особенности. Оно производится при предъявлении заграничного паспорта с визой и миграционной карты. Иностранец, прибывший на территорию РФ, в течение трех дней должен быть зарегистрирован ФМС России на время, не превышающее срок действия визы. За два дня до окончания срока регистрации администрация гостиницы обязана предупредить об этом иностранных граждан. Сведения о прибытии иностранного гражданина на территорию России, копии паспорта и миграционной карты передаются в Управление ФМС России.

Администрация гостиницы также обязана своевременно сообщать в органы внутренних дел о совершении иностранными гражданами административных правонарушений и нарушении порядка проживания, возбуждении против них уголовных дел и о фактах их гибели или исчезновения. Предложение выбора номера — ключевая процедура процесса вселения, требующая большого опыта. Чтобы создать благоприятное впечатление у гостя, дежурный администратор должен знать продукт детально и описывать его положительные стороны. Некоторые гостиницы как часть своей политики предлагают поселяющимся гостям на выбор несколько номеров и затем определяют, что им предпочтительней. В некоторых гостиницах принято, чтобы администратор лично позвонил в номер гостя вскоре после заселения, чтобы убедиться, что гостю все нравится.

Поскольку гостиница предоставляет услуги отечественным и иностранным гостям, неукоснительным правилом для персонала является уважительное отношение к любым культурным традициям, готовность к общению без помех. Достижением любого отеля является наличие персонала, владеющего иностранными языками.

Культура поведения гостиничного работника включает в себя все составляющие внешней и внутренней культуры человека, умение правильно выражать свои мысли, соблюдать речевой этикет, быть внимательным, вежливым, тактичным и терпеливым во взаимоотношениях с гостями, постоянно помнить об уважении к человеку. И самое главное — нельзя заставлять людей ждать.

### 3.2. СЛУЖБА ПЕРСОНАЛА В УНИФОРМЕ

Службу персонала в униформе называют также службой обслуживания. Состав сотрудников данной службы включает:

- 1) посыльных;
- 2) швейцаров;
- 3) носильщиков, подносчиков багажа;
- 4) консьержей;
- 5) служащих парковки;
- 6) служащих транспортной службы;
- 7) служащих бюро обслуживания.

Рассмотрим подробнее функции основных работников службы обслуживания.

**Служба посыльных.** Обязанностью посыльных является переноска багажа в комнату или из комнаты, доставка посылок, почты или льда, а также мелкие отдельные поручения. Привратник может сам выгрузить багаж из машины или такси, но можно попросить об этом и посыльного. Обычно гость входит в гостиницу, как только его багаж выгружен, и, пока посыльный заносит чемоданы и складывает их в любом удобном месте, отправляется прямо к регистрационному столу. Обычно вещи складываются около конторки руководителя посыльных, около лифтов или вблизи регистрационной конторки.

**Служба швейцаров.** Швейцар первым встречает гостя. Одетый в привлекающую внимание форму, он стоит у дверей и приветствует гостей, помогает им выйти из машины, открывает дверь, вызывает такси, руководит парковкой, помогает гостю разгрузиться, охраняет багаж и передает его подносчикам багажа.

**Служба носильщиков.** Подносчик багажа (носильщик) приветствует гостя, немедленно предлагает услуги поднести вещи гостя, не дожидаясь просьбы. Между тем он обязан делать это тактично, не вырывать вещи из рук и не нести их без согласия гостя.

**Служба консьержей.** Консьержи — также обслуживающий персонал в униформе. Консьержи расположены за специальной стойкой в вестибюле гостиницы или на этажах. Считается, что высококвалифицированный консьерж может все. Консьержи координируют работу персонала всего гостиничного лобби (швейцаров, подносчиков багажа, пажей и лифтеров), а также оказывают гостям множество услуг, например бронируют билеты в театры и музеи.

**Служба парковки.** Работники службы парковки обеспечивают сопровождение автомобилей гостей от входа в гостиницу до места стоянки и их парковку. Служба существует в отелях мирового класса. Наличие

услуги парковки позволяет избежать суеты и потери времени, обеспечить сохранность автомобиля. Опытные служащие службы парковки автомобилей всегда держат запасные места около входа в гостиницу, чтобы свести к минимуму задержку клиентов при подъезде к гостинице, для этого они контролируют движение других автомобилей.

Для исключения недоразумений служащий парковки при принятии на себя ответственности за автомобиль клиента должен выдать соответствующую квитанцию с отметками о повреждении транспортного средства и количестве топлива в нем. Получение гостем автомобиля обратно осуществляется при предъявлении квитанции.

Ключи от машины должны храниться в безопасном месте и выдаваться персоналом, ответственным за их хранение. В случае потери ключей или передачи их не тому лицу отель несет материальную ответственность. Так же обстоит дело и с транспортом, взятым на хранение в гостинице. Персонал отвечает за него.

Расчеты за предоставленные услуги осуществляются посредством передачи соответствующей информации на стойку администратора для включения в счета пользователей этих услуг.

**Транспортная служба.** Служащие транспортной службы обеспечивают обслуживание гостей автотранспортом отеля (вторая «точка соприкосновения» с клиентом). Это подразделение осуществляет перевозку гостей от аэропортов, железнодорожных вокзалов в отель. Некоторые отели вводят прямые бесплатные телефонные линии (номера) для заказа транспорта и доставки гостя в отель из места прибытия.

Кроме своей основной функции (вождения) водитель автобуса (автомобиля) или сопровождающий гостей по ходу поездки до места назначения дает некоторую информацию о местности и об отеле, это общепринято. В его обязанности также входит оказание помощи пассажирам при входе и выходе из транспортного средства. Он должен правильно и осторожно погрузить громоздкие вещи гостей в багажное отделение автобуса (автомобиля). Водитель должен также обладать соответствующими навыками, позволяющими определить техническое состояние транспортного средства.

Для удобства и быстроты установления контакта с водителем транспортные средства снабжены радиосвязью. Это также обеспечивает безопасность, позволяет оперативно решать разного рода проблемы, сокращает время регистрации, позволяет вносить различного рода уточнения перед прибытием гостей в отель.

В некоторых отелях транспортные услуги предоставляются для поездок клиентов по делам, посещения магазинов, развлекательных мероприятий, спортивных и культурных объектов или ресторанов.

**В** отелях высокой категории предоставляются автомобили представительского класса для обслуживания VIP-клиентов. Их водители также классифицируются как получающие чаевые.

**Бюро обслуживания.** Функции бюро обслуживания связаны с предоставлением различной информации, организацией экскурсий, заказом мест в учреждениях культурно-развлекательного профиля, транспорте и др. Планировочная организация этого звена зависит от размещения рецепции и принятой в отеле формы организации 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.

Обслуживающий персонал на жилых этажах — коридорные — должен встречать прибывшего гостя и быть готовым в тот же момент проводить в отведенный для него номер.

Все работники службы обслуживания должны быть внешне аккуратными, вежливыми, внимательными и предупредительными по отношению к посетителям.

### **3.3. СЛУЖБА ЭКСПЛУАТАЦИИ НОМЕРНОГО ФОНДА**

Служба номерного фонда предоставляет основные, дополнительные и сопутствующие услуги. В ее состав входят руководитель, заведующие этажами, дежурные по этажу (администраторы), старшие горничные, горничные, специалисты по комплексной уборке служебных и общественных помещений. Напомним, на рис. 3.1 представлена структура службы управления номерным фондом. Служба номерного фонда тесно взаимодействует со службами главного инженера, приема и размещения.

К жилым помещениям относят номера; к общественным — вестибюль, холлы, коридоры, переходы, места предоставления дополнительных услуг, санитарные объекты общего пользования; к служебным — зоны обслуживания и переходы между ними, кабинеты; к подсобным — различные мастерские, кладовые; к складским — склады; к бытовым — гардеробы, душевые, санузлы, комнаты обслуживающего персонала; к техническим — котельную, бойлерную, вентиляционную шахту и др.

Кроме того служба эксплуатации номерного фонда информирует работников приема и размещения об освобождении номеров и готов-

ности их к заселению и службу главного инженера о необходимости устранения неисправностей в оборудовании номеров, авариях, необходимости текущего ремонта. Рабочие-грузчики переставляют мебель в номерах, переносят тяжести, участвуют в погрузочно-разгрузочных работах при транспортировке белья в прачечную и обратно, выполняют другие работы.

Руководитель службы эксплуатации номерного фонда является материально ответственным лицом, ведет инвентаризационные ведомости, карточки складского учета, отвечает за использование, хранение, учет белья на этажах, при нанесении ущерба имуществу гостиницы составляет акты (рис. 3.2). В его обязанности также входит:

1) следить за техническим состоянием номеров, своевременно в случае возникновения каких-либо неполадок сообщать о них в службы главного инженера, приема и размещения;

2) планировать и распределять объем работ, уборочные площади;

3) участвовать в урегулировании претензий (жалоб) клиентов, вести учет потерянных и забытых гостями вещей;

4) участвовать в составлении организационных документов, инструкций по технике безопасности и пожарной безопасности и следить за их выполнением;

5) совместно с экономистом рассчитывать численность и профессионально-квалификационный состав персонала;

6) составлять графики выхода на работу персонала службы, следить за своевременным приходом и уходом с работы, присутствием на рабочих местах всех сотрудников;

7) вести табель учета рабочего времени, по которому начисляется заработная плата;

8) совместно с руководителем службы управления персоналом составлять графики отпусков.

**Горничные.** Чистота в отеле всегда была одним из показателей, определяющих отношение клиента к гостинице. Поэтому горничные, которые могут обеспечить надлежащий уровень чистоты, ценились отелями всего мира на вес золота.

Работа горничной — это тяжелый физический труд. В среднем за смену горничная должна убрать порядка 16 номеров. Это число постоянно, поскольку необходимо учитывать размер номера и количество в нем спальных мест. Горничные вытирают пыль, пылесосят, убирают постель, проверяют сохранность оборудования номера. В их обязанности также входит препровождение вещей, забытых клиентами, в службу находок отеля. Считается, что в среднем время, которое горничная тратит на уборку одного номера, не должно превышать 40 мин.

Гостиница \_\_\_\_\_

АКТ \_\_\_\_ от \_\_\_\_ 20\_\_ г.

о порче имущества гостиницы

В комнате \_\_\_\_\_, занимаемой гр. \_\_\_\_\_

обнаружено следующее: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Подписи работников гостиницы

С актом ознакомлен \_\_\_\_\_  
(Подпись лица, виновного в ущербе)

Стоимость ущерба, нанесенного гостинице, в сумме \_\_\_\_\_ руб. \_\_\_\_ коп.,  
с гр. \_\_\_\_\_ взыскана.  
(ФИО)

Рис. 3.2. Акт о порче имущества гостиницы

К уборочным материалам относят чистящие и моющие средства; инвентарю — емкости для воды, щетки, салфетки; оборудованию — пылесосы, поломочные машины (рис. 3.4), специализированные тележки горничных (рис. 3.3). Тележку имеет каждая горничная, обслуживающая от 12 до 14 номеров в день. Эти тележки уже давно стали отличительным признаком профессии горничной в отеле.

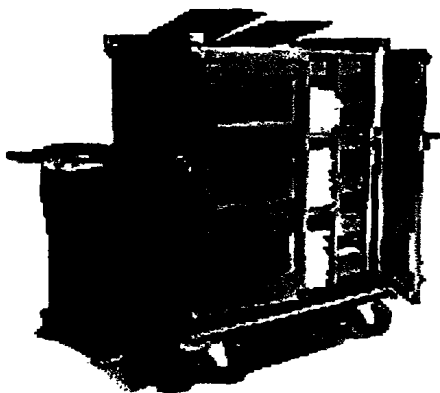


Рис. 3.3. Специализированная тележка горничной

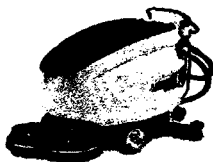


Рис. 3.4. Поломоечная машина

В обязанности горничной помимо уборки может входить также и стирка. Отели, которые располагают собственными прачечными, имеют в штате специальных горничных, которые занимаются исключительно стиркой и глажкой белья.

Основное рабочее время горничных в номере — либо до прибытия постояльца, либо после его убытия. В дорогих отелях предусмотрен промежуточный визит горничной, который допускается только с разрешения самого клиента. Случается, клиенты вызывают горничных для помощи в глажке белья или в уходе за собственной одеждой. В этом случае горничная может рассчитывать на дополнительные чаевые.

Информация о свободных и занятых номерах поступает горничной от администратора этажа или руководителя службы номерного фонда. В начале смены сотрудник службы приема, отвечающий за предоставление информации о статусе номеров, передает распечатки отчетов ночной смены службы приема и размещения руководителю номерного фонда или администраторам этажей. В отчетах указаны номера комнат и их состояние.

Горничные с 9.00 до 10.00 составляют отчеты по занятости номеров (рис. 3.5). По ним администратор этажа или руководитель службы составляют утренний сводный отчет, который оформляется в трех экземплярах.

Дата		Этаж		Отделение	
Время		Подпись			
Номер комнаты	Число гостей	Шифр	Номер комнаты	Число гостей	Шифр
1			7		
2			8		
3			9		
4			10		
5			11		
6			12		

Рис. 3.5. Отчет горничной о занятости номеров



Руководитель службы или администратор этажа направляет рапорт технической службе, в котором указывает все сведения о неисправностях в номерах. Он расписывает и распределяет работы для смены горничных и уборщиков, контролирует состояние номеров и качество уборки. После 14.00 администратор исправляет статусы номеров и передает информацию в службу приема.

**Прачечная (химчистка).** Сегодня отели категории «4—5\*» практически не могут обойтись без собственных прачечных и химчисток. И если в странах Западной Европы наметилась тенденция отказа от содержания службы химчистки и прачечной непосредственно при гостинице и смещение приоритетов в сторону передачи услуг стирки и чистки белья промышленным предприятиям, то для российских гостиниц этот вид сервиса еще как нельзя более актуален. В России нет такого большого количества независимых прачечных с хорошей инфраструктурой, как на Западе, предприятия этой сферы еще только строятся, и о введении их в эксплуатацию в качестве современных прачечных и химчисток, оказывающих услуги отелям, можно будет говорить года через два, когда этот проект получит распространение. Помимо того в России уже появляются компании, которые предоставляют гостиницам белье в аренду, но эта услуга интересна скорее администрации отеля, нежели его гостям.

Иметь собственную прачечную или химчистку в гостинице — сегодня это высокий уровень сервиса, серьезная услуга. Независимо от денег, хотя химчистка и приносит отелю дополнительный доход, это и определенный сервис и определенная гибкость. Таким путем гостиница становится независимой от промышленных прачечных и химчисток. Следует помнить, что в некоторых ситуациях химчистка в гостинице является буквально спасением для клиентов. Гости уже привыкли к предоставлению этих услуг. Предположим, что клиенту, прибывшему вечером в отель, уже рано утром требуется чистый костюм — без наличия в гостинице собственной химчистки оказать эту услугу просто невозможно.

**Группа контроля.** Как правило, возглавляет группу, состоящую из горничных и служащих по уборке, дежурный по этажу. Он оказывает помощь в размещении клиентов в номерах, отвечает за состояние закрепленной за ним части номерного фонда, осуществляет контроль качества уборки жилых и нежилых помещений, проверяет убранные номера, ведет прием или передачу сообщений гостям на этаже, оформление журнала дежурств, а также составление отчетов о неисправностях и состоянии номеров. В его обязанности входит обучение персонала, оптимальное распределение загрузки сотрудников во время генеральной уборки.

Категория гостиницы предполагает оснащённость номеров жилого этажа необходимым оборудованием, мебелью и инвентарем. Комплектность оборудования номера строго регламентирована. Кроме этого номер должен быть уютным, т.е. интерьер номера (расстановка мебели, цветовая гамма, наличие цветов, картин) должен отвечать требованиям эстетики, радовать глаз. Номер должен отвечать соответствующим требованиям. Все оборудование в нем должно быть исправным, состояние мебели, постельного белья отвечать необходимым требованиям. В номере должны быть в наличии необходимые информационные материалы. Все это входит в понятие «содержание номера». Контроль качества уборки и содержания жилых номеров ежедневно осуществляет заведующий этажом или тот, кому вменены эти полномочия. Кроме этого администрация гостиницы может организовать комиссию по проверке содержания номеров.

**Отдел уборки служебных помещений и прилегающей территории.** Основными функциями службы уборки помещений и прилегающих территорий являются:

1) уборка и поддержание чистоты и порядка во всех нежилых помещениях гостиницы;

2) поддержание чистоты и порядка на всей прилегающей к гостинице территории.

Малым отелям рекомендуется не включать эту службу в свой штат, а приглашать сторонних специалистов.

**Хозяйственная служба.** Руководитель этого подразделения несет ответственность за чистоту всего отеля и его номеров. Обычно он имеет в подчинении несколько помощников и старших горничных (старшая горничная отвечает за уборку номеров на одном—двух этажах).

Хозяйственная служба ежедневно сверяет свои данные о номерах с данными службы приема. Сообщения службы приема о выписке гостя из номера фиксируются в соответствующей графе журнала хозяйственной службы. В другой графе журнала записывается фамилия горничной, которой поручена уборка номера. По окончании уборки в журнале делается соответствующая отметка. О готовности номера сообщается в службу приема.

### 3.4. СЛУЖБА ПИТАНИЯ

Согласно действующему ГОСТу Р 50762—2007, существует пять типов предприятий питания: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, предприятие быстрого обслуживания. Как правило, в гостиницах служба питания представлена рестораном и (или) баром.

*Ресторан* — предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая заказные и фирменные блюда и изделия; алкогольные, прохладительные, горячие и другие виды напитков, мучные кондитерские и булочные изделия, табачные изделия, покупные товары; с высоким уровнем обслуживания и, как правило, в сочетании с организацией отдыха и развлечений.

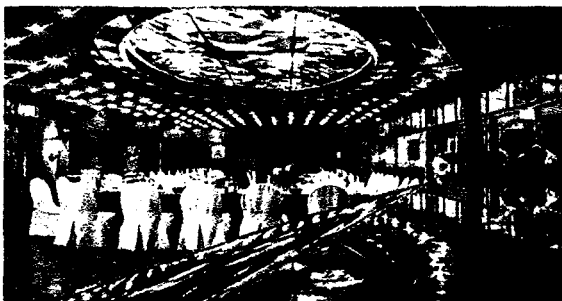


Рис. 3.6. Ресторан трехзвездочной гостиницы «Космос»

Рестораны различают:

1) по ассортименту реализуемой продукции: неспециализированные и специализированные (рыбный, пивной, сырный и т.п.; рестораны национальной кухни или кухонь зарубежных стран);

2) местонахождению: в жилых и общественных зданиях, в том числе в отдельно стоящих зданиях, зданиях гостиниц, вокзалов, в культурно-развлекательных и спортивных объектах, в зонах отдыха (ландшафтные), на транспорте (вагон-ресторан и пр.);

3) интересам потребителей: клубный ресторан, спорт-ресторан, ресторан — ночной клуб, ресторан-салон;

4) методам и формам обслуживания: ресторан с обслуживанием официантами, ресторан с обслуживанием по системе «шведский стол», ресторан выездного обслуживания;

5) составу и назначению помещений: стационарные и передвижные (рестораны на морских и речных судах, в поездах).

*Бар* — предприятие общественного питания, оборудованное барной стойкой и реализующее в зависимости от специализации алкогольные и (или) безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, коктейли, холодные и горячие закуски и блюда в ограниченном ассортименте, покупные товары.



Рис. 3.7. Бар в четырехзвездочном отеле *Franklin Roosevelt*

Бары различают:

1) по ассортименту реализуемой продукции и способу приготовления продукции общественного питания: бар винный, пивной (паб-бар), кофейный, десертный, молочный, коктейль-бар, гриль-бар, суши-бар и пр.;

2) специфике обслуживания потребителей и (или) организации досуга (развлечений): видео-бар, варьете-бар, диско-бар, кино-бар, танцевальный бар (Данс Холл), лобби-бар, бар «Ночной клуб» и др.;

3) местонахождению: в жилых и общественных зданиях, в том числе в отдельно стоящих зданиях, зданиях гостиниц, вокзалов; в культурно-развлекательных и спортивных объектах; в зонах отдыха;

4) интересам потребителей: клубный бар, спорт-бар.

Рестораны и бары по качеству обслуживания имеют три класса: *люкс*, *высший* и *первый*, которые должны соответствовать определенным требованиям.

Бар класса люкс имеет широкий выбор услуг, предоставляемых потребителям, высокий уровень комфортности и удобства размещения потребителей в зале, большой ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд, изделий, характерных для ресторанов, разнообразный выбор заказных и фирменных напитков, коктейлей для баров, его также характеризуют изысканная сервировка столов, фирменный стиль, специфика подачи блюд, эксклюзивность и роскошь интерьера.

Бар высшего класса предоставляет большой выбор услуг для потребителей, комфортность и удобство размещения потребителей в зале, разнообразный ассортимент оригинальных, изысканных за-

казных и фирменных блюд и изделий для ресторанов, широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей для баров, фирменный стиль, изысканность и оригинальность интерьера.

Бар первого класса имеет определенный набор услуг, предоставляемых потребителям, разнообразный ассортимент фирменных блюд и изделий и напитков сложного изготовления, характерный для ресторанов, широкий или специализированный ассортимент напитков и коктейлей, в том числе заказных и фирменных для баров, гармоничность и комфортность интерьера.

Кафе различают по ассортименту (кафе-мороженое, кафе-кондитерское, кафе-молочное) и контингенту потребителей (молодежное, детское); столовые — по ассортименту реализуемой продукции (общего типа и диетические), контингенту (школьные, студенческие), месту расположения (общедоступные, по месту учебы, работы).

Примерная организационная структура службы питания представлена на рис. 3.8.

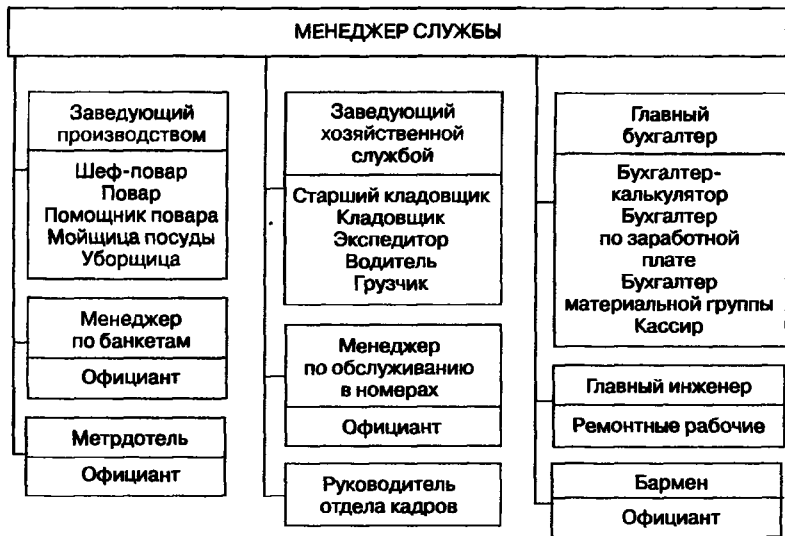


Рис. 3.8. Примерная структура службы питания

В зависимости от типа и класса предприятия питания уровень обслуживания характеризуется основными, дополнительными и сопутствующими услугами. В перечень дополнительных и сопутствующих услуг предприятий питания входят развлекательная программа, музыка

и танцы, вызов такси, предоставление места на автостоянке, возможности приобретения цветов, сувениров.

Включенные в меню блюда должны быть в реализации на протяжении всего рабочего дня. Фирменные и порционные блюда в общем меню выделяются в особый раздел.

Существует определенный порядок расположения закусок и блюд в меню с учетом последовательности их подачи, определяемой технологией приготовления, оформления и сочетания основных блюд с гарнирами и соусами.

При составлении карты винно-водочных и табачных изделий они включаются в определенной последовательности: водки, настойки горькие, сладкие и наливки, виноградные, крепкие, столовые белые и столовые красные вина, виноградные полусладкие, десертные вина, шампанское, коньяки, ликеры, пиво, минеральные и фруктовые воды, соки, табачные изделия.

Обеспечение питанием туристских групп зависит от вида поездки, категории туристов и должно быть указано в договоре, путевке, ваучере.

1. «Шведский стол». Как правило, туристам предоставляется завтрак с самообслуживанием и выбором блюд по их усмотрению из предлагаемого ассортимента.

2. «Полупансион» предлагает двухразовое питание.

3. «Полный пансион» предоставляет трех-, четырехразовое питание.

4. «Американский план» — предполагает включение в тариф стоимости размещения и трехразового питания, схема «модифицированный американский план» — размещение и двухразовое питание.

5. «Европейский план» не предусматривает питания вообще.

6. «Континентальный план». Предоставляется завтрак (кофе или чай, булка, масло, джем), по аналогичной схеме «бермудский план»: английский завтрак (сок, овсянка, яйца, гренки, масло, джем, кофе или чай).

7. «Все включено». Предлагаются (в зависимости от вариантов данной схемы) не только блюда, но и алкогольные и безалкогольные напитки.

При обслуживании групп туристов столы предварительно сервируются приборами, столовой посудой, выставляют хлеб, специи, холодные закуски. Горячие блюда, напитки подаются официантами. На обед, ужин, предлагают три-четыре перемены блюд и напитки на выбор, а также блюда и напитки из меню свободного выбора.

При обслуживании организованных туристских групп на завтрак, обед, ужин, как правило, предлагают скомплектованные рационы питания, составленные с учетом их возрастного и национального состава, энергетических затрат на маршруте. Повторяемость рациона питания

допускается не ранее, чем через десять дней, а блюд не менее чем через четыре дня. Меню согласовывают с руководителем туристской группы. При необходимости туристов обеспечивают диетическими и вегетарианскими блюдами. Следует предусматривать варианты детского и постного питания.

Турфирма не позднее чем за три дня обязана предоставить предприятию питания график заезда группы с указанием ее номера, страны, численности, даты и часов обслуживания. Администрация предприятия питания выделяет для обслуживания туристских групп отдельные залы или необходимое количество столов в общем зале. За группой на все время обслуживания закрепляют постоянные места. Ориентировочные интервалы питания: завтрак с 7.00 до 10.00, обед с 12.00 до 15.00, ужин с 17.30 до 20.00. Для туристов, посещающих вечерние мероприятия, ужин предоставляется до их начала.

Для быстрого обслуживания многочисленных групп туристов оборудуют «экспресс-залы», организуют «шведский стол»: в обеденном зале устанавливают линию прилавок для самообслуживания (для подносов, холодных и сладких блюд, первых и вторых горячих блюд, горячих напитков, столовых приборов). Посетители комплектуют завтрак или обед, самостоятельно накладывают на тарелки гарниры, основные блюда.

Распределив официантов по рабочим местам в залах ресторана, метрдотель назначает старших по обслуживанию банкетов. После этого встречает посетителей, провожает в зал, вместе с официантом помогает разместиться за столом, знакомит с меню.

Предварительная сервировка столов дополняет интерьер зала ресторана, процесс обслуживания потребителей. Особенность сервировки зависит от класса предприятия, метода и времени обслуживания. В утреннее и обеденное время применяется минимальная сервировка, вечером — более полная.

Сервировка стола должна соответствовать виду обслуживания (завтрак, обед, ужин), меню — подаваемым закускам, блюдам и напиткам, быть эстетичной, т.е. сочетаться с формой стола, цветом скатерти и салфеток (формой их свертывания) и общим интерьером зала, отражать национальную особенность и тематическую направленность ресторана.

При изучении работы предприятия питания следует обращать внимание на качество приготовления блюд (вкусовые свойства, оформление), продолжительность и культуру обслуживания.

Чтобы гости чувствовали себя удобно, а официантам было легко их обслуживать, на каждое место предусматривают 60—70 см периметра стола при повседневном обслуживании и 80—110 см на банкетах.

После заказа сначала приносят напитки, вино ставят в откупоренных бутылках (белое вино, шампанское приносят охлажденным). Шампанское открывают непосредственно перед тем, как наливают в бокалы. Красное вино подают комнатной температуры. Бокалы наполняют на  $\frac{2}{3}$  их емкости, к рыбе подают белое, к мясу — красное вино.

Блюда подаются на стол в определенной последовательности: сначала холодные и закуски — рыбные и мясные, из домашней птицы и дичи, овощные и грибные, сыр. Их подают слева. Затем наступает очередь горячих закусок, которые подают справа, как и первые блюда (прозрачные супы, заправочные, молочные, холодные, сладкие).

После вторых блюд (рыбных, мясных, из домашней птицы и дичи) идут овощные, далее — блюда из круп, бобовых, макаронные изделия, затем — блюда из яиц и творога; в конце — сладкие блюда и горячие напитки.

Для облегчения и контроля работы официантов разработаны автоматизированные системы управления (АСУ), обеспечивающие взаимосвязь ресторанных залов и кухни. В систему вводится информация об объеме заказов, принятых каждым официантом, о тенденциях в реализации отдельных блюд. Система выдает и корректирует счета.

Ресторанное обслуживание номеров (*room service*) предполагает подачу еды и напитков в номер официантами соответствующей службы. Заказать напитки и еду в номер гость может по телефону и через систему интерактивного телевидения, а также по бланку-заявке заказа завтрака в номер.

Из службы приема и размещения поступает информация о планируемых заездах групп туристов, участников каких-либо мероприятия и о загрузке гостиницы в целом. На основе этой информации прогнозируется обслуживание номеров: выделяется необходимое количество оборудования (тележек официантов, подносов, посуды, приборов, столового белья); составляется график работы сотрудников, который может меняться в связи с производственной необходимостью. При планировании меню ориентируются на вкусы среднего гостя, большинство блюд берется из ресторанный меню.

Рестораны организуют обслуживание торжественных официальных банкетов-приемов и неофициальных банкетов, корпоративных и семейных праздников.

Дипломатический прием является знаком внимания, почести и гостеприимства прибывшим в страну делегациям или отдельным лицам — главе или членам правительства, деятелям науки, культуры, искусства. Независимо от вида и назначения всякий дипломатический прием имеет политическую составляющую, поскольку во время его происходит встреча представителей разных государств. Руководители ресторанов, метрдотели, официанты, повара, обслуживающие дипломатические приемы, должны знать протокол.



Протокол — это международный свод общепринятых правил, традиций и условностей, одинаково соблюдаемых государственными учреждениями, дипломатическими представительствами, а также официальными лицами в международном общении. Установлен Венским конгрессом в XIX в.

Во внешних формах международного общения соблюдение протокола обязательно, поскольку отступление от общепринятых правил или нарушение их может нанести ущерб престижу другой страны или ее официальным представителям и, следовательно, привести в какой-то мере к осложнениям во взаимоотношениях между государствами.

На официальные приемы приглашаются лица в зависимости от их положения. Мужчины, как правило, участвуют в нем без жен, а женщины-руководители — без мужей. Однако по желанию главных лиц на прием (завтрак, обед, коктейль) могут быть приглашены и супруги. Официальные приглашения отличаются по форме. На приглашительной карточке указывается только должность приглашаемого. В тексте приглашения употребляется форма «имеет честь».

На банкетах-приемах первым считается место справа от супруги хозяина приема, вторым — справа от хозяина; при отсутствии супруги первым считается место справа от хозяина приема, вторым — слева от него. Гостю высокого ранга иногда предлагается место напротив хозяина приема. Почетными за столом считаются места в его середине, а не торцовых частях.

Во многом успех обслуживания банкета зависит от своевременных действий метрдотеля, который согласует с работниками кухни время готовности блюд.

Наиболее важный момент в процессе обслуживания банкета — одновременный вход официантов в зал с блюдами и выход их из зала. Официанты выполняют данные действия синхронно. За 20—30 мин до начала торжества метрдотель обязан провести осмотр внешнего вида персонала. Если персоналу предстоит работать в белых перчатках, то их запас должен быть достаточным, чтобы заменить при первом же признаке несвежести. Следует учесть и этическую сторону обслуживания: во время произнесения официальных речей, здравниц, поздравлений, тостов официанты и другой обслуживающий персонал должен несколько отдалиться от стола, но ни в коем случае не упустить момент, когда надо наполнить бокалы, заменить приборы или что-то подать.

Как только банкетный стол подготовлен для подачи очередного блюда, метрдотель дает знак официантам войти в зал. Они входят, становятся лицом к столу в двух-трех шагах позади гостей, с которых должны начать обслуживание. Метрдотель, выждав некоторое время и убедившись, что все официанты готовы к подаче блюда, подает им

условный знак начать обслуживание. Только тогда, одновременно подойдя к гостям, официанты приступают к подаче блюд. Согласно правилам напитки в рюмки наливают гостям до подачи блюд.

Отходя от стола с пустым подносом, официант располагает его на уровне груди, плеча и не ниже локтя. Края салфетки на подносе не должны свисать с него.

Зажигалка подается на миниатюрном подносе, точно так же, как счет, записка, письмо. Согласно правилам этикета за столом курят только после подачи десерта, и пепельницы при предварительной сервировке на стол не ставят. Но если кто-то из гостей закурит, нарушая данное правило, официант должен предложить пепельницу и заменить ее, как только в ней появится хоть один окуроч или спичка.

Очередную замену или уборку тарелок и приборов все официанты производят одновременно, когда все участники банкета или большинство из них закончили есть ранее поданное блюдо.

Сигналом для окончания официальной части банкета-приема служит поведение хозяйки: она встает из-за стола.

После банкета метрдотель приглашает гостей в кофейный зал. Если такового зала нет в ресторане, то накрывают один или несколько кофейных столов в общем зале. Их расставляют таким образом, чтобы создать удобство для каждой группы гостей, сидящих за ними, и необходимые условия для работы официантов.

### **3.5. СЛУЖБА БЕЗОПАСНОСТИ**

Служба безопасности создается для защиты гостей, их имущества и имущества отеля от возможного вреда со стороны разного рода криминальных элементов. Причем в понятие «имущество отеля» включается и такой элемент, как его репутация.

Громкие преступления хотя и не часто, но все же в отелях случаются. Так, в 1974 г. знаменитая американская эстрадная певица Кони Фрэнсиз была изнасилована в пятизвездочном отеле. Адвокаты певицы предъявили отелю иск на 6 млн дол. США за необеспечение безопасности. Конфликт был улажен за 1,5 млн дол. США.

Большая часть преступлений в отеле — это разного рода хищения. Следует отметить, что в основном крадут не у гостей, а в подразделениях гостиницы (back of the house), которые непосредственно не контактируют с гостями. Разумеется, существуют и такие клиенты, которые при отъезде упаковывают в свои чемоданы гостиничные полотенца и простыни, но их не так много. Обычно гости довольствуются сувенирами в виде пепельниц. В случае краж полотенец или халатов стандартной практикой отелей является занесение таких гостей в черный список нежелательных клиентов. В эти списки заносят также профессио-

нальных жалобщиков, которые провоцируют конфликт с персоналом и впоследствии предъявляют гостинице крупные иски о возмещении ущерба. Поэтому главная задача службы безопасности — не расследовать совершенное преступление, а его предотвратить. Это особенно важно иметь в виду, учитывая то обстоятельство, что сотрудники службы безопасности в отличие от полиции сильно ограничены в правах при проведении расследования: они не имеют права допрашивать, обыскивать и проводить другие подобные действия.

Если отель входит в крупную гостиничную цепь, то организация системы безопасности может быть частью франшизного соглашения: франшизодатель снабжает франшизополучателя инструкциями, обучает персонал и т.д. Численность службы безопасности относительно невелика: на гостиницу в 500 номеров приходится не более десяти человек. Желательно в штате службы безопасности иметь и сотрудников-женщин, поскольку если пострадавший клиент — женщина, ей зачастую легче доверится именно женщине.

Служба безопасности обязательно должна иметь свое помещение, гардеробную (отдельную от гардеробной другого персонала отеля) и комнату для хранения документации и составления отчетов о расследовании. Кабинет руководителя службы безопасности не должен бросаться в глаза клиентам, но с другой стороны, при необходимости поговорить с руководителем гость не должен пробираться к нему через другие служебные помещения. Работники службы безопасности не должны сменяться в те же часы, что и другие работники гостиницы, поскольку именно период смены требует повышенного внимания службы безопасности. И, естественно, они должны находиться в отеле в наиболее «опасные» часы (с 18.00 до 2.00). Сотрудников службы безопасности не рекомендуется одевать в специальную форму и тем более вешать им на пояс пистолет или дубинку. Это не успокаивает гостей, а, наоборот, вызывает у них беспокойство. Значка службы безопасности (идентификационной карточки) на лацкане пиджака вполне достаточно.

Функции службы безопасности многообразны. Наиболее трудоемкой функцией является патрулирование помещений. При патрулировании проверяются, заперты ли двери (до 10—20% дверей ночью в отеле могут оказаться незакрытыми), выявляется наличие в помещениях лиц, которых там не должно быть, нарушение правил безопасности служащими (например, тележки горничных и *room service* не на месте) и т.д. Патрулирование помещений также имеет важное значение для предотвращения (или, по крайней мере, раннего обнаружения) пожара, так как самой распространенной причиной пожара является курение в постели не слишком трезвым постояльцем. Служба безопасности

также отвечает за замки с ключами (сотрудники отеля должны иметь доступ только к тем помещениям и шкафам, которые им необходимы для работы; если ключ от номера потерян, замок должен быть сменен или перепрограммирован), сейфы в номерах, радиосвязь. В функции службы безопасности также входят охрана руководителей высшего звена (и их семей), охрана инкассации. Служба безопасности также контролирует использование сотрудниками имущества гостиницы, переданного им в личное пользование (служебные автомобили, кредитные карточки и т.д.). На нее также возлагаются проверка кредитоспособности гостей, участие в контроле за компьютерной безопасностью (предотвращение проникновения хакеров).

К техническим средствам безопасности прежде всего относятся телевизионные камеры, с помощью которых просматриваются все общественные и многие служебные помещения. Записи должны храниться не менее 24 часов. Система видеонаблюдения в гостиницах обычно является составной частью общей системы безопасности. Охрана гостиниц контролирует только некоторые основные точки, а развитая система видеонаблюдения помогает держать под контролем остальные площади.

Основные задачи, решаемые установкой систем видеонаблюдения в отелях, следующие:

- круглосуточный контроль над оперативной обстановкой в гостинице по мониторам системы видеонаблюдения с записью информации и ее хранение;

- пресечение правонарушений общественного порядка, попыток незаконного проникновения в гостиницу, в ее помещения, обнаружение возгораний и других чрезвычайных ситуаций;

- соблюдение коммерческой тайны, строгой конфиденциальности получаемой информации, предоставление информации заинтересованным лицам;

- максимальное содействие сотрудникам силовых структур в проведении оперативной работы, пресечение правонарушений в гостинице и на прилегающей территории;

- проверка обоснованности претензий гостей отеля;

- осуществление контроля пропускного режима в гостиницу, а также въезда и выезда автотранспорта на территорию гостиницы;

- уменьшение числа сотрудников службы безопасности, занятых в охранных мероприятиях;

- контроль финансового оборота заведений на территории отеля;

- уменьшение количества персонала, обслуживающего номера.

Что касается расследования случаев пропажи имущества, то надо иметь в виду, что для гостиницы важнее разработать меры предупрежде-

ния повторения подобной кражи, чем поймать и наказать вора. Методы расследования службы безопасности во многом отличаются от методов правоохранительных органов. Как уже указывалось, права сотрудников службы безопасности значительно ограничены по сравнению с возможностями сотрудников правоохранительных органов. Сотрудник службы безопасности должен предельно вежливо расспрашивать, а не допрашивать клиента. Нужно создать располагающую к сотрудничеству обстановку, объяснить, почему проводится расследование и чем расспрашиваемый может ему помочь. При разговоре с потерпевшим необходимо продемонстрировать служебное рвение, в ответ на которое потерпевший более охотно сообщит подробности, которые могут оказаться весьма ценной информацией как для раскрытия преступления, так и для предотвращения подобных случаев в будущем.

Как правило, украденные в гостинице деньги удается найти крайне редко, хотя говорить об этом потерпевшему не следует. Правда, о негативном результате расследования ему все равно придется сообщить. Успокаивая потерпевшего, следует проявлять осторожность в выражениях, ни в коем случае нельзя признавать, что безопасность клиентов гостиницы плохо обеспечена, поскольку потерпевший может предъявить иск к администрации гостиницы, персонал которой проявил преступную халатность.

В последнее время в связи с участвовавшими угрозами террористических актов служба безопасности обязана ознакомить всех сотрудников с правилами поведения в случае звонка с сообщением о заложенном в отеле взрывном устройстве. Каждый сотрудник должен знать, кого извещать о звонке. Решение об эвакуации принимает генеральный директор. Он же решает, что сообщать постояльцам. Задача службы безопасности при эвакуации — обеспечить сохранность имущества и порядок при эвакуации (в том числе и при пожаре). Она участвует в поиске взрывного устройства, так как сотрудники службы лучше всех знают все помещения отеля.

Высшему руководству отеля служба безопасности периодически предоставляет отчет с анализом происшествий (наиболее частые инциденты, где чаще всего они имеют место, в какое время, какие лица связаны с этими инцидентами). В отчете предлагаются меры по недопущению повторения таких инцидентов.

### **3.6. ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Для многих постояльцев знакомство с отелем начинается именно с этого подразделения. Обязанности работников, занятых в этом отделе, можно подразделить на четыре группы:

- 1) продажи;
- 2) услуги по организации конференций и бизнес-семинаров;
- 3) реклама;
- 4) связи с общественностью.

**Отдел маркетинга. Структура, цели и задачи.** Основная цель отдела маркетинга заключается в увеличении числа продаж продукции (услуг гостиницы), поэтому маркетологи работают в тесном сотрудничестве с административной службой и конференц-менеджерами.

На раннем этапе развития службы маркетинга гостиничных предприятий целями маркетологов были исследование рынка и определение того его сегмента, на который необходимо ориентироваться, изучение работы конкурентов, определение их сильных и слабых сторон. Отделы сбыта постепенно реформировались, захватывая отдельные маркетинговые функции, вследствие чего возникли самостоятельные, специализированные отделы маркетинга. На более поздней стадии маркетинговое подразделение становится разветвленным и включает в себя доминирующие над ним ранее сбытовые структуры; при этом возникает должность вице-президента (заместителя директора) фирмы по маркетингу, который получает расширенные права руководства, в том числе и сбытовыми подразделениями. Фактически службы маркетинга и продаж гостиничных предприятий возникли вследствие слияния отделов продаж (реализации путевок) и отделов рекламы. Такой подход смог обеспечить целостную концепцию маркетинга и перейти от инструментального к концептуальному и стратегическому пониманию роли маркетинга. Успешная работа предприятия зависит от того, какой из подходов к взаимосвязям основных производственно-экономических функций доминирует в общефирменной концепции: традиционный, ориентированный на производство, или новый, ориентированный на потребителя и рынок. Маркетинговая ориентация прежде всего требует экономического подхода: производить следует только то, что будет востребовано рынком.

В российской практике используют следующий подход к организации маркетинговой службы.

На первой стадии в управлении сбытом, производством и финансами вводят подразделения: коммерческий отдел, отдел конъюнктуры и цен, отдел по рекламе.

На второй стадии в систему управленческих служб, непосредственно подчиненных высшему руководству, включается отдельное звено по маркетингу, в ведение которого входят вопросы рекламы, комплексные рыночные исследования, прогнозирование конъюнктуры рынков и цен, разработка интегрированной маркетинговой политики и т.д.

На третьей стадии аппарат управления маркетинговой деятельностью фирмы расширяется и усложняется. Отдел по маркетингу приобретает статус управления, включающего отдел непосредственного маркетинга и коммерческий отдел.

Маркетинговая деятельность в современных гостиничных предприятиях организуется в целом по-разному, однако прослеживаются единые приемы и методы в организации и функционировании служб и подразделений маркетинга и продаж.

Маркетинговые службы могут представлять собой два уровня управления:

- 1) центральные маркетинговые службы (отделы);
- 2) оперативные отделы (или секторы).

Существует три основных типа построения маркетинговых структур:

- 1) функциональные (по видам маркетинговой деятельности);
- 2) товарные (ориентированные на товары и услуги фирмы);
- 3) региональные (ориентированные на рынки регионов деятельности фирмы).

Частным дополнением к структуре являются временные организационные подразделения в форме рабочих целевых коллективов или рискованных групп, которые дают возможность гибко и оперативно решать нестандартные задачи с высокой степенью новизны.

Наиболее распространенной формой является функциональная организация, при которой во главе различных направлений маркетинга стоят специалисты по конкретным видам деятельности — специалисты по продажам, рекламе, маркетинговым исследованиям и др. В гостиничных цепях, работающих в региональном масштабе и на разных типах рынков, чаще используется организация служб маркетинга по географическому признаку, при этом сотрудники служб маркетинга курируют определенные географические единицы (страны, регионы, области).

Система построения служб маркетинга гостиничных предприятий зависит от ее количественных параметров (количества мест размещения).

Корпорация *Marriott International*, одним из представителей которой является цепь «Ренессанс», ввела в действие программу *Sales-2000*, которая фактически сломала старую систему продаж. Раньше каждый из управленцев отдела маркетинга и продаж выполнял большой объем работ и отвечал за все, в его функции входило: поиск новых клиентов, определение условий проведения семинаров, конференций, банкетов, выставление счетов и многое другое. Безусловно, такая система не может быть эффективной, необходимо глубокое разделение труда. Современ-

ная система управления продажами как раз и строится на рациональном разделении труда и четком закреплении полномочий. Отдел маркетинга и продаж возглавляет директор, назначаемый компанией. Как правило, это человек, имеющий солидный опыт работы в корпорации. В отдел входят четыре подразделения.

1. *Proactive Sales Team* (команда поисковиков) состоит из заместителя директора отдела и пяти менеджеров по работе с клиентами. Это подразделение поддерживает контакты со старыми партнерами, занимается поиском новых клиентов, работает с корпорациями. Каждый менеджер отдела имеет план, определяющий количество клиентов, с которыми нужно завязать деловые контакты.

2. *Renaissance Booking Centre* (технико-организационная группа). В его состав входят директор и три менеджера, они занимаются организацией банкетов, конференций и групповым размещением.

3. Третье подразделение занимается вопросами бронирования.

4. *PR Management* — подразделение, отвечающее за связи с общественностью.

В целом работу отдела оценивает региональный офис *Marriott International*, который руководствуется объективными количественными показателями: ростом бизнеса, загрузкой, уровнем цен. В качестве ключевого применяется показатель *revenue per available room*, или *Revpar* (доход на имеющийся в наличии номер), его определяют отношением дохода гостиницы к общему количеству номеров. *Revpar* — это показатель развития, который в сочетании с динамикой показателя загрузки свидетельствует о результативности тарифной политики, применяемой гостиницей.

Крупные российские гостиницы с номерным фондом более 1000 номеров формируют коммерческую службу, построенную по функциональному признаку. Служба может включать отдел продаж, группу маркетинга и рекламы, группу бронирования, группу дополнительных услуг.

Для того чтобы минимизировать риск потерь от нарушения системы взаимосвязи между ключевыми службами гостиницы, необходимо внедрение принципов логистики. Такой подход характерен для ряда гостиничных предприятий Москвы, в штате которых есть должность менеджера по доходам (*Revenue manager*). В его обязанности входит прогнозирование объемов и структуры будущих сервисных потоков и соответствующих им финансовых поступлений, формирование предложений по ценам с учетом прогнозов, параметров конкуренции, а также других факторов для максимизации интегрального финансового потока.

Логистическая система гостиничного предприятия предполагает движение информационных, финансовых и сервисных потоков, в ре-



зультате чего формируются области, где концентрация этих потоков становится наибольшей, следовательно, управленческие воздействия необходимы и наиболее эффективны в этих областях (узлах). Формирование таких узлов происходит естественным образом: принятые в гостинице правила обслуживания, формы и методы расчетов, характер движения информации между гостями и персоналом, между внутренними службами формируют эти узлы и их расположение по отношению к организационной структуре гостиницы и конкретных служб.

Коммерческая служба гостиницы является ключевым подразделением, которое функционирует на основе Правил о предоставлении гостиничных услуг (утверждены постановлением Правительства РФ от 25 апреля 1997 г. № 490), на основе лицензии на право осуществления международной и внутрироссийской туристской деятельности.

Основными задачами этого структурного подразделения являются:

- 1) организация аквизии российских и иностранных туристов в гостиничное предприятие;
- 2) организация обслуживания российских и иностранных туристов и контроль за его осуществлением;
- 3) организация проведения семинаров, конференций и выставок на базе гостиничного предприятия;
- 4) организация экскурсионного обслуживания и предоставление дополнительных услуг туристам;
- 5) содействие и предоставление услуг по перевозкам;
- 6) проведение эффективной маркетинговой политики, рекламной деятельности и др.

Основные функции коммерческой службы следующие:

- 1) продажа туров туристам из России и СНГ, иностранным туристам через зарубежные турфирмы по договорам и на корреспондентских началах, российским туристам по договорам с клиентами: физическими лицами, турагентами или юридическими лицами, бронирование номеров частным лицам;
- 2) изучение конъюнктуры национального и регионального туристского рынка;
- 3) осуществление деловых контактов с партнерами, деловая переписка;
- 4) подготовка и проведение деловых переговоров с турфирмами;
- 5) подготовка и контроль за выполнением условий договоров, проведение претензионной работы (в рамках компетенции);
- 6) подготовка и участие в туристских выставках и ярмарках;
- 7) разработка пакетных цен на туры, экскурсии и услуги, а также цен на аренду выставочных площадей;

8) реализация транспортного, экскурсионного и дополнительного обслуживания;

9) обеспечение гостиничного предприятия необходимыми оперативными документами.

Коммерческая служба гостиничного предприятия осуществляет взаимосвязи с рядом подразделений, в состав которых входят следующие отделы:

1) планово-экономический отдел (решение вопросов планирования доходов коммерческой деятельности, сбора и передачи статистической информации, совместная работа по составлению калькуляции на услуги, предоставляемые гостиницей);

2) бухгалтерия (учет доходов и расходов коммерческой деятельности гостиницы и осуществление взаиморасчетов с турфирмами);

3) служба приема и размещения (решение вопросов размещения и обслуживания туристов в соответствии с договорами и заявками, обеспечение необходимой информацией о заезде и выезде туристов, изучение спроса на дополнительные услуги);

4) поэтажная служба (подготовка номеров к заезду туристов, решение вопросов качества обслуживания в номерах, расчеты за проживание);

5) служба питания (принятие заявок на питание от турфирм, проведение банкетов, музыкальных программ, расчеты за обслуживание в ресторанах, составление меню, контроль качества питания, учет пожеланий туристов).

В общей структуре коммерческой службы гостиницы особая роль принадлежит отделу (сектору) маркетинга, в круг деятельности которого входит:

- анализ динамики конъюнктуры рынка;
- поиск возможностей выхода на новые рынки, поиск и отработка каналов продвижения гостиничных продуктов и услуг;

- оценка потенциала основных рыночных сегментов и сбытовых зон с учетом плотности населения, уровня доходов, транспортных связей, сезонности;

- исследование потребительского спроса с целью выявления наиболее перспективных гостиничных и ресторанных услуг;

- получение, обработка и систематизация информации о клиентах гостиницы (общее количество, сроки проживания, сезон проживания);

- формирование клиентской базы по демографическим переменным: пол, возраст, жизненный цикл семьи; по социальным переменным: социальный статус, уровень доходов, социальный класс; по мотивации: причины, мотивы, цели путешествия; по географическому признаку: страна, гражданство, регион;

- анализ конкурентной среды гостиницы;
- регулярные обзоры туристского рынка и ценовой политики;
- анализ деятельности отеля и его основных конкурентов по позициям: уровень среднегодовой загрузки, сезонное распределение загрузки, средние цены, уровень качества услуг;
- анализ результатов деятельности гостиницы по основным технико-экономическим показателям;
- работа по созданию и поддержке электронного сайта, электронной рекламы и средств бронирования;
- планирование маркетинговой деятельности, составление рекламных программ.

**Public relations (PR).** Жесткая конкуренция на рынке гостиничных услуг вынуждает менеджеров прибегать к различным PR-акциям и неординарным маркетинговым идеям. Вместе с тем масштабы осуществления PR-деятельности в гостиничном бизнесе в России по сравнению с зарубежом значительно меньше. Это в значительной мере обусловлено «всеобщим застоём» в советскую эпоху, а также и рядом субъективных факторов.

Итак, что же такое *Public relations (PR, паблик рилейшнз)*? Число дефиниций этого понятия очень велико и по оценкам экспертов американского фонда *Foundation for Public Relation research and education* достигает 500 определений. Институт общественных отношений (*IPR*), созданный в Великобритании в 1948 г., предлагает следующую трактовку: «Паблик рилейшнз — это планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью». По мнению Эдварда Бернейз, «паблик рилейшнз — это усилия, направленные на то, чтобы изменить подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот». На наш взгляд, применительно к гостиничному бизнесу наиболее применимо следующее определение: «паблик рилейшнз — организация общественного мнения в целях наиболее успешного функционирования предприятия (учреждения, фирмы) и повышения его репутации. Осуществляется разными путями, но прежде всего через СМИ»<sup>1</sup>.

Зачастую характер осуществления PR-деятельности в гостиничном бизнесе зависит от специфики, уровня и характера предоставления услуг. Перечислим основные PR-средства.

1. Распространение информации о гостинице. Профессиональная работа по PR начинается со сбора информации. В основу здесь положены подробные проработки таких проблем организации предприятия, как:

<sup>1</sup> Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. М. : Изд-во МГУ. 1995.

- перечень ответственных сотрудников (кто за что отвечает);
- количество и тип номеров;
- перечень иных особенностей;
- время работы ресторана и бара;
- наименование, вместимость и технические характеристики банкетных и конференц-залов;
- возможности для проведения досуга и занятий спортом для клиентов;
- описание местоположения гостиницы с указанием маршрута от вокзала и аэропорта;
- стоянки для автомобилей;
- архитектурные и (или) художественные достопримечательности;
- специализация ресторана;
- характеристика ключевых руководителей;
- фотографии, живо иллюстрирующие возможности гостиницы в области услуг и т.д.

Эта информация постоянно дополняется, исправляется и наполняется новым содержанием, говорящим о событиях, происходящих в гостинице.

2. Работа внутри предприятия. В первую очередь это касается установления *PR*-отношений между его сотрудниками: *PR* в организации — создание благоприятных условий для успешного функционирования ее внешней и внутренней среды, обеспечение необходимого поведения этой среды в отношении данной организации.

Девиз *PR* «публик рилейшнз начинаются с человека» говорит о том, что *PR* начинаются, с одной стороны, с информированности и мотивированности сотрудников, а с другой — с обязательного и постоянного контроля качества и коррекции предложения предприятия, в зависимости от изменений спроса. На практике для улучшения производственных отношений (человеческий фактор) в коллективе предприятия гостинично-ресторанного бизнеса используются следующие *PR*-средства:

- 1) опрос сотрудников, исследование и оценка их мнения о предприятии;
- 2) персональные характеристики;
- 3) информация «с черного хода»;
- 4) отрегулированные предложения;
- 5) ориентиры для новых сотрудников;
- 6) день открытых дверей для членов семьи;
- 7) программа проведения свободного времени;
- 8) семинары по повышению квалификации и справочная литература;

9) проведение совместных коллективных мероприятий (экскурсий, юбилеев);

10) приобщение сотрудников к планированию и проведению *PR*-мероприятий;

11) сообщения в прессе с упоминанием лучших работников предприятия;

12) участие в кулинарных соревнованиях.

Мероприятия по *PR* внутри предприятия преследуют две цели:

1) создание позитивных *PR*-отношений среди сотрудников;

2) достижение доверия и взаимопонимания в отношениях менеджера и сотрудников;

3. Установление *PR* вне предприятия предполагает поддержание и улучшение представления о предприятии (имидж предприятия) через контроль общественных отношений, направленных в целом на управление человеческим фактором. Общественная работа в гостиницах и ресторанах подразумевает установление отношений с потенциальными клиентами, СМИ, туристскими партнерами, поставщиками, государственными структурами, инвесторами, конкурентами, союзами и ассоциациями. Эта работа обеспечивается в долгосрочной перспективе мероприятиями по установлению *PR*. Это означает формирование на долгосрочную перспективу положительного имиджа предприятия, включающего положительную оценку клиентами и общественностью его значимости, престижа, репутации и известности.

4. Работа с прессой и СМИ. Все отели обращаются к рекламе в средствах массовой информации. Выбор СМИ зависит от того, на какие целевые группы клиентов рассчитаны рекламные объявления.

### **Правила и указания по работе с прессой**

1. Познакомьтесь с редакторами, журналистами и репортерами тех изданий, читатели которых входят в вашу целевую группу.

2. Познакомьтесь с редакторами и ответственными лицами местных радио- и телестанций (интервью, интересные истории, персоналии).

3. Исходите из того, что СМИ интересуют новости, а не рекламные тексты о вашем предприятии.

4. Подумайте, какие темы, рассказы и публикации лучше всего подходят для того или иного круга читателей.

5. В контактах с редакциями и прессой акцентируйте внимание на то, что соответствует вашим общим интересам.

6. Следите за тем, чтобы под иллюстративным материалом (фотография о мероприятии) помещался правильный текст.

7. Не старайтесь скрыть плохие новости, правильно подготовленная подробная информация помогает бороться со слухами.

8. Используйте для пресс-информации фирменный конверт вашего предприятия, сообщайте контактные телефоны, фамилии ответственных лиц для возможной обратной связи.

9. Обращайте особое внимание на то, чтобы ваша информация была предметной, актуальной и достоверной. Проверяйте правильность дат, фамилий, званий и названий организаций, а также цифры в ваших сообщениях для прессы.

10. Приспосабливайте стиль ваших сообщений к требованиям прессы, пишите четко, через интервал и оставляйте место для возможных дополнений.

11. Название вашего предприятия не должно встречаться чаще одного-двух раз в самом начале сообщения.

12. Старайтесь соблюдать правило «пяти вопросов» (что, кто, где, когда, зачем), на которое первый абзац вашего сообщения должен давать четкий ответ.

13. Пресс-конференция должна созываться только по действительно важным вопросам; планируйте заранее ее ход, готовьте информацию, иллюстративный материал и письменные обоснования.

14. Качество работы с прессой превалирует над количеством: несколько удачно помещенных и хорошо сформулированных сообщений более значимы, чем множество пустых сообщений.

15. Старайтесь строить и развивать ваши контакты с прессой терпеливо, корректно, в дружеской и уважительной форме.

5. *PR*-акции. Особые *PR*-акции рассматриваются в качестве «тягача» всех мероприятий. Организация *PR*-акций — это компетенция пресс-референта и менеджера по *PR*. Здесь важно учитывать, что отдельные эффективные мероприятия могут стать затратными и неэффективными, если не соответствуют поставленной цели. Например, ток-шоу в гостинице организуется не для того, чтобы представить службу *PR*, а с целью информирования общественности о возможностях предприятия.

Основными принципами передаваемой информации были и остаются достоверность и абсолютная серьезность. В качестве примеров можно привести следующий перечень *PR*-акций, применяемых в практике гостиничного и ресторанного дела:

- 1) разного рода благотворительные мероприятия;
- 2) организация в гостинице выставок по искусству;
- 3) презентация косметической продукции для клиентов гостиницы;
- 4) проведение детских карнавалов, показов моды;
- 5) «недели кухни» различных регионов;
- 6) музыкальные вечера в гостинице;
- 7) джазовые пивные вечера;
- 8) показы мод в сотрудничестве с домами мод;
- 9) ток-шоу со знаменитостями;

- 10) дегустация вин для знатоков;
- 11) совместное приготовление блюд под руководством шеф-повара;
- 12) курсы домохозяек (готовим десерт);
- 13) рождественский базар;
- 14) всевозможные дискуссии, симпозиумы, юбилеи, представления.

### **3.7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

#### **3.7.1. Семинар на тему «Служба управления номерным фондом, порядок регистрации и размещения гостей, служба бронирования»**

##### **Целевая установка и методические указания**

Организационная структура гостиничного предприятия представляет собой совокупность рабочих мест и производственных подразделений, формы их взаимосвязей, обеспечивающих достижение стратегических целей:

- 1) определение функций службы приема и бронирования;
- 2) определение функциональных обязанностей службы питания.

Основные гостиничные службы:

- служба управления номерным фондом;
- служба приема и размещения;
- служба бронирования, отдел регистрации, служба швейцаров, служба подносчиков багажа;
- хозяйственная служба;
- служба организации питания;
- отдел ресторанного обслуживания, отдел банкетного обслуживания, служба обслуживания на этажах (*Room-service*), отдел барного обслуживания.

##### **Вопросы семинарского занятия**

1. Гостиничное предприятие как многофункциональный комплекс управления.
2. Основные структурные подразделения гостиничного предприятия и взаимосвязь между ними.
3. Факторы, влияющие на выбор организационной структуры гостиницы. Отличие организационной структуры отеля категорий «три звезды» и «пять звезд».
4. Специфика гостиничных услуг. Основные услуги в отеле. Службы гостиницы, предоставляющие дополнительные услуги.
5. Служба управления номерным фондом.
6. Служба приема и размещения гостиницы. Цели и задачи службы.

7. Основные разделы должностных инструкций.
8. Оздоровительный центр гостиницы.
9. Служба организации питания — *FOOD and BEVERAGE DEPARTMENT*. Структура и функции службы.
10. Обслуживание в гостиничных номерах (*Room-service*). Структура и функции рум-сервиса.
11. Служба безопасности гостиницы. Цели и задачи службы.
12. Функции службы приема и размещения по информационному обеспечению гостей отеля.

#### **Темы проблемных докладов**

1. Специализация работ, разделение на отделы, структурные подразделения.
2. Типовые структуры служб гостиничного предприятия.
3. Службы гостиничного предприятия в организации дополнительных услуг.
4. Отличие структуры отеля экономического класса от гостиницы класса люкс.
5. Основные задачи ведущих служб гостиничного предприятия.
6. Роль службы приема и размещения в цепи обслуживания.
7. Функциональная организация рабочих мест (оборудование).
8. Служба питания и напитков, организационная структура.
9. Структура службы маркетинга и продаж.
10. Подразделения службы управления номерным фондом.
11. Функциональные обязанности персонала гостиничного предприятия.
12. Современный подход к формированию организационных структур.
13. Организационная структура гостиничного предприятия.
14. Основные принципы построения системы безопасности гостиницы.
15. Формирование маркетинговой стратегии гостиницы.

#### **Контрольные вопросы и задания**

1. Дайте определение и расскажите об организационной структуре гостиницы.
2. Какие услуги оказывает служба приема и размещения?
3. Охарактеризуйте содержание бронирования.
4. Опишите порядок заключения гостиничного контракта.
5. Что представляет собой подтвержденное и гарантированное резервирование?



6. Содержание процесса размещения гостя.
7. Опишите функции администратора при регистрации и размещении гостя.
8. Назовите основных сотрудников службы обслуживания, каковы их функции.
9. Назовите основные задачи службы эксплуатации номерного фонда.
10. Охарактеризуйте обязанности руководителей службы эксплуатации номерного фонда.
11. Как организуется работа горничных, уборщиков помещений, дежурного по этажу?
12. Какие виды предприятий питания вы знаете?

## Глава IV

# ОСНОВЫ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТРЕБОВАНИЙ К СОДЕРЖАНИЮ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

---

**Цель:** знать основные требования к проектированию и размещению гостиниц, составу их инженерно-технического оборудования, современные требования к содержанию и эксплуатации предприятий гостиничного хозяйства.

**Ключевые слова и термины:** проектирование предприятий гостиничного хозяйства, инженерные сети, силовое и слаботочное электроснабжение, системы водоснабжения, отопления и вентиляции, обеспечение пожарной безопасности гостиничных комплексов, организация и технология содержания гостиничного фонда.

### 4.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ ЗДАНИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

**Размещение гостиниц в планировочной структуре города.** Функциональное назначение гостиниц оказывает большое влияние на требования к их размещению в планировочной структуре города. Градостроительный анализ размещения гостиниц в больших, крупных и крупнейших городах позволяет выделить несколько характерных приемов их размещения.

Выбор места расположения гостиниц в центральных районах города обусловлен наличием в этих районах основных центров притяжения: административных, исторических, зрелищных и торговых. Но при сложившейся плотной застройке таких районов найти соответствующий участок не всегда представляется возможным.

С градостроительной точки зрения лучшим будет размещение гостиницы в районах новой застройки: на основных магистралях города, в районных центрах, в центрах притяжения, связанных с трудовой деятельностью (скопления крупных промышленных предприятий, научно-исследовательские городки, крупные постоянно действующие выставочные комплексы и т.п.) При таком размещении желательно учитывать не только наземный городской транспорт, но и подземный, а в будущем — и монорельсовый. Размещение таких крупных сооружений в новых районах способствует созданию полноценных ансамблей, обогащает планировочную структуру города; помогает организации более четкого функционального плана зон и центров притяжения труда.

Центрами притяжения являются и места прибытия: железнодорожные, автобусные, речные и морские вокзалы, центральные аэровокзалы. Гостиница большой вместимости может быть расположена в районе железнодорожного вокзала, но не в непосредственной близости от него (близкое соседство нежелательно по ряду гигиенических и функциональных причин).

При большом удалении вокзала от городской застройки размещение в его комплексе крупной гостиницы вообще не рекомендуется, малая привокзальная гостиница краткосрочного пребывания вполне удовлетворит спрос. Крупные гостиницы могут быть расположены в комплексе с речным или морским вокзалом. Если вокзал расположен в черте городской застройки, то подобное размещение дает возможность совместить функции гостиницы нормального проживания (23 дня) и гостиницы краткосрочного проживания.

Умелым сочетанием облика гостиницы большой вместимости и вокзала можно значительно обогатить застройку и силуэт города. Крупное гостиничное здание должно быть сооружением большой архитектурной выразительности, доминантой в ряду окружающей застройки. Такое размещение гостиницы может способствовать созданию нового ансамбля городского значения, который будет оказывать значительное влияние на формирование общегородских и районных центров, на архитектуру крупнейших магистралей.

Большие трудности возникают при размещении гостиничного объекта в исторически сложившемся центре города, где доминирующий объем гостиницы наверняка будет оказывать влияние на существующие исторические ансамбли. При необходимости строительства в таких центрах требуется рассматривать не только непосредственный район застройки, но и весь генплан центра с учетом всех исторических памятников.

Особо крупные гостиницы больших городов предъявляют свои требования к окружающей застройке и городскому ландшафту. Лучшим будет выбор места строительства на повышенных участках рельефа (отель «Истамбул Хилтон» в Стамбуле), с учетом видовых точек на исторические памятники (отель «Хилтон» в Афинах), на границах парковых зон («Россия» в Санкт-Петербурге), на берегу основных водных артерий (гостиница «Аврора» в Санкт-Петербурге) или акваторий (проект гостиницы у Морского вокзала в Санкт-Петербурге).

Как крупный функциональный организм, гостиница усложняет транспортные и пешеходные связи окружающей застройки. Для решения всех коммуникационных задач требуются дополнительные площади. Учитывая дальнейшее развитие автотранспортной сети, не-

обходимо предусмотреть значительные площади для размещения стоянок автомашин и для гаражей, а также и для грузового автотранспорта, обслуживающего гостиницу. В связи с этим предъявляются новые требования к участку под строительство гостиницы: выход на несколько улиц и хорошая связь с транспортными магистралями. Также необходимо предусмотреть площади для развития объектов благоустройства.

При проектировании особо учитываются противопожарные требования, в частности:

- 1) ограничение распространения пожара;
- 2) осуществление быстрой эвакуации людей;
- 3) обеспечение подъезда и доступа пожарных к очагу пожара;
- 4) обеспечение сохранности основных конструкций на время, достаточное для тушения;
- 5) сокращение материального ущерба от пожара.

#### **Климатические условия, учитываемые при выборе места застройки.**

Основными параметрами климатических условий являются: температура воздуха (среднегодовая, абсолютный минимум и максимум), влажность, скорость и господствующее направление ветра и их повторяемость, условия инсоляции (солнечной радиации), годовое количество осадков, продолжительность периода со снеговым покровом более 10 см, повторяемость неблагоприятных атмосферных явлений (грозы, ливни, гололед, оттепели). Природными факторами, подлежащими учету, являются рельеф, акватория (водная поверхность), ландшафт местности и растительность на нем, инженерно-геологические условия строительства (сейсмичность, наличие оползней, просадочность грунтов). При проектировании гостиниц на прибрежных территориях надо учитывать: продолжительность купального сезона (температура воды 19—20 °С); морские волнения (не выше трех баллов); течения (теплые и холодные, направленность, скорость); повторяемость бризов и штилей; температуру поверхностей пляжей; инсоляцию пляжей и их ориентацию (затененность).

Запрещено строить гостиницы в зонах санитарной охраны водоемов (ближе 100 м); санитарной охраны курортов (лечебные грязи); заповедниках, зонах охраны памятников культуры и архитектуры; в зонах залегания полезных ископаемых; зонах активных оползней, волн, лавин.

**Основные архитектурно-планировочные, объемно-планировочные и конструктивные решения гостиничных зданий и сооружений.** При проектировании гостиниц приходится учитывать огромное количество факторов, влияющих на организацию внешнего, ограждающего и внутреннего пространств (рис. 4.1).



Рис. 4.1. Концептуальная модель формообразования средств размещения

При разрешении проблем генплана важна хорошая организация территории вокруг гостиничных зданий. Поэтому при проектировании важно определить наиболее оптимальный вариант застройки. При рассмотрении вариантов застройки гостиничных комплексов можно выделить следующие основные типы (табл. 4.1). Безусловно, наиболее распространенным из всех вариантов является смешанный.

Существенной проблемой современной гостиницы является размещение здания на земельном участке таким образом, чтобы высвободить перед ним достаточное по площади место для оборудования подъездных путей и стоянки автотранспорта. После прибытия и выгрузки багажа владелец или шофер автомашины ставит ее на временную стоянку до момента выполнения формальностей, занятия номера и определения дальнейшей программы своего пребывания. Поэтому недалеко от входа, на участке между подъездом и основной полосой движения прилегающей уличной магистрали, располагается временная стоянка для автомашин. На территории гостиницы следует предусмотреть и постоянную

стоянку из расчета, что некий процент прибывающих имеет собственные машины, которые будут на стоянке преимущественно ночью; днем она будет предназначена для машин клиентов, пользующихся рестораном при гостинице, клубами и т.п. Эта стоянка должна размещаться вблизи входа в ресторан и иметь удобный въезд на уличную магистраль. Также следует стремиться к тому, чтобы она была по мере возможности окружена деревьями.

Таблица 4.1

**Типы застройки гостиничных учреждений**

Тип	Характеристика и условия применения	Достоинства	Недостатки
Централизованный	Малая площадь застройки, необходимость компактного расположения	Экономичность	Все группы помещений в одном здании, пересечение путей
Блочный	Отдельные здания различного назначения сблокированы между собой теплыми переходами. Применяется при сложном рельефе, преимущественно неблагоприятными климатическими условиями	Гости (жильцы) перемещаются из здания в здание, не выходя на улицу	Значительная площадь застройки
Павильонный	Отдельно стоящие здания. Диктуется, например, сложным рельефом местности	Полезность прогулок по пешеходным дорожкам и наружным лестницам (с видовыми площадками)	Значительная площадь застройки
Смешанный	Универсальный тип	См. достоинства и недостатки предыдущих типов	

По планировочной структуре различают следующие типы зданий (табл. 4.2):

- 1) коридорные;
- 2) галерейные;
- 3) секционные (в том числе башенные);
- 4) усадебные;
- 5) блокированные;
- 6) дома со смешанной планировочной структурой;
- 7) многофункциональные жилые здания, где сочетаются жилые части со встроенными учреждениями различного назначения (торговыми, досуговыми, производственными);

8) специализированные жилища (санатории, дома отдыха, профилактории), представляющие собой многофункциональные жилые здания для проживания и обслуживания конкретных социальных групп, которым требуется специальное обслуживание (медицинское, бытовое и др.).

Таблица 4.2

**Основные типы планировочных решений зданий**

Тип	Характеристика	Происхождение	Распространение
Коридорный	Закрытая горизонтальная коммуникация (коридор) с номерами по обе стороны. Реже — коридоры с односторонним расположением номеров. Число номеров на этаже — любое, этажность не ограничена	Возник первым из жилых зданий, с середины XIX в. Известен под названием «казарма». Был основным типом рабочего жилища (как самый экономичный)	Широко распространен. В России используется для временного проживания (общежития, гостиницы, интернаты). В крупнейших городах США тип используется широко для постоянного проживания
Галерейный	Открытая коммуникация (галерея) с номерами (квартирами) по одну сторону. Дает естественный свет, двустороннюю ориентацию, сквозное проветривание квартир (важно в жарком климате). Число номеров на этаже — любое, этажность — любая	Тип возник в странах Средиземноморья. Генезис связан с греческим перистильным домом, который представляет тип народного городского жилища	Широко распространен
Секционный	Секция — повторяющийся объемно-планировочный элемент. Объединение на этаже ряда квартир (номеров) вокруг выраженной вертикальной коммуникации — лестницы (лестнично-лифтового узла). Соединение нескольких секций — многосекционный дом	Первоначально секционный дом существовал как среднеэтажный с дорогими комфортабельными квартирами (доходные дома на рубеже XIX—XX вв.)	Получил широкое распространение в современной практике городского жилищного строительства России. В мировой практике считается дорогим, особенно для высотного строительства и широко не применяется
Башенный (точечный)	Использование секции в качестве основы планировки привело к возникновению односекционного дома башенного типа		

Тип	Характеристика	Происхождение	Распространение
Усадебный	Отдельно стоящий малоэтажный дом с земельным участком. Предназначен для строительства в селах, малых городах, на периферии больших городов, в пригородах крупнейших. Вход в дом — с участка, на участок — с улицы	Сельская усадьба и городской коттедж (особняк) — разновидности усадебного дома для проживания одной семьи. Это первоначальная форма городского жилья	Распространен широко. Наиболее желаемая форма для современных горожан
Блокированный	Соединение ряда односемейных домов. Каждая жилая ячейка шириной 6–8 м имеет отдельный вход с уровня земли и приквартирный участок до 150–200 кв.м. Этажность — до 4 этажей	Родина блокированных домов — Европа: в градостроительство XX в. они пришли из Англии	Применяются во всех городских поселениях, включая крупнейшие города, но созданы для строительства в пригородах или на периферии крупнейших городов

Во всех планировочных решениях основным структурным элементом жилого этажа является номер. На основе анализа практики проектирования и строительства гостиниц все многообразие номеров можно свести к следующим основным типам:

- 1) однокомнатные номера на одного человека;
- 2) однокомнатные номера на двух человек;
- 3) однокомнатные номера на 3–4 человек;
- 4) номера с повышенным комфортом из двух комнат и более (люксы и апартаменты).

Наибольшее распространение в мировой практике получили однокомнатные номера на одного и двух человек. В гостиницах категории «одна звезда» таких номеров должно быть 60%, категории «две звезды» — 80%, категории «три звезды» и более — 100%. Считается целесообразным, что номера люкс и апартаменты должны составлять 5–8% всех номеров.

На каждом правильно решенном жилом этаже должен быть служебный номер, номер для обслуживающего персонала и склад для белья. При небольшой площади на этажах помещения услуг находятся через ряд этажей. В этом случае обслуживание каждого из них затрудняется. Более верное решение при применении этой системы достигается в небольших объектах типа гостиницы-пансионата.

**План жилых этажей гостиниц.** Форма этажей может быть весьма разнообразной, но среди них как наиболее распространенные выделяют:



- 1) прямоугольную;
- 2) компактную;
- 3) атриумную;
- 4) усложненную.

В качестве типовых планировок этажей для жилых зданий румынский архитектор Чезар Лэззреску<sup>1</sup> приводит схемы, среди которых есть этажи прямоугольной, крестообразной, кольцевой, Т- и Л-образной, Х-, Y- и Z-образной формы.

Конструкция гостиничного здания зависит от пространственной концепции. Основным условием является его огнестойкость, а также соответствие всем условиям безопасности, предусмотренным в строительстве. Решение плана жилой части зависит от расположения всей гостиницы, от принципа связи коммуникаций основной и хозяйственной части и от характера конструкций.

**Замкнутые (атриумные) системы.** Компактность, характерная для городов XIX в. и имеющая целью максимальное использование площади, создала тип строений, характеризующийся застройкой всего участка с оставлением небольшого двора в середине. Этот план жилой части гостиницы имеет ряд достоинств: проходящий по кругу коридор позволяет осуществлять хорошее обслуживание всего этажа из одного пункта; относительно легко удастся разрешить вопрос о главной и служебной коммуникации; с конструктивной точки зрения такая система обеспечивает устойчивость здания. При замкнутой системе нередко часть гостиничного двора покрывается на высоте двух этажей стеклянной крышей, оборудуется под зимний сад и дополняется к главному холлу.

Основным недостатком этой системы является то, что номера, выходящие окнами во двор, лишены видовых качеств и имеют худшие условия освещения и вентиляции, поскольку в большинстве случаев во дворе находятся вентиляционные установки хозяйственных служб. Близость соседских окон, выход их во двор и другие перечисленные факторы вынуждают снижать цену на эти номера, что понижает рентабельность гостиницы.

**Геометрические системы.** Отрицательные стороны замкнутой системы стали причиной поиска таких решений, которые при экономии вертикальных и горизонтальных коммуникаций обеспечат в жилой части правильное устройство обслуживания, заключающееся в максимальном использовании строительных возможностей и исключении закрытых дворов. Для построения жилых этажей гостиниц этой категории не-

---

<sup>1</sup> Лэззреску Ч. Постройка отелей : сокр. пер. с рум. А.П. Кудрявцева. М. : Стройиздат, 1976. С. 36.

обходим узел коммуникаций, при помощи которого можно получить удобное соединение с жилыми номерами. Так возникли системы, имеющие очертания букв T, L, V, С, Y и им подобные, где нет недостатков замкнутой системы, хотя не создано одинаковых условий для отдельных номеров. Так, номера при системе в форме L, расположенные во внутреннем углу у лестничной клетки, находятся в худших условиях по сравнению с номерами, расположенными по внешней стороне.

При современной технике строительства есть широкий выбор от конструкций с несущими стенами до пространственных элементов, но принятие какого-либо принципа должно опираться на экономическую целесообразность. Ведь в гостиницах находится различное оборудование, которое надо увязать с конструкцией таким образом, чтобы не создавать дополнительных расходов.

**Конструктивный модуль.** Важным моментом строительства гостиниц является архитектурная отделка главного входа. Решение входа бывает разным — от монументального и претенциозного до скромного. Общим правилом является сдержанная разработка, без излишней рекламы или обращения внимания пешехода. Входная стена чаще всего застекляется и отодвигается относительно фасада здания, цель этого — создать эффект приглашения для входящего снаружи. Вход обычно невысокий, перед ним необходима ниша, дополняемая в крупных гостиницах козырьком, защищающим от непогоды высаживающихся из автомашин или автобусов.

Часто рядом со входом для гостей оборудуется вход для приема багажа, а при нем грузовой лифт. Теоретически это хорошо, но на практике применяется редко, поскольку лишь в ряде случаев заранее известно, в какой номер доставлять багаж.

В традиционной планировке хозяйственный вход находился во дворе гостиниц и был соединен с улицей проездом. В настоящее время гостиницы воздвигаются преимущественно как отдельные постройки, поэтому подъездные пути к хозяйственному входу являются серьезной проблемой, ведь стороны здания одинаково просматриваются. Перед входом нужна также большая площадь как место стоянки грузовых автомашин, ожидающих выгрузки. При использовании в качестве транспорта грузовых машин подъезд перед хозяйственным входом должен быть примерно  $15 \times 15$  м. Это внутренний двор в низкой хозяйственной части гостиницы или крытый подъезд. Он позволяет приглушить нежелательные шумы.

Гаражи при гостиницах — помещения шумные, но в связи с развитием транспорта они нужны в каждой крупной гостинице. Стоянки автомашин на улице нежелательны и есть потребность предусмотреть

под гаражи соответствующие помещения. Чаще они размещаются в под-земелье; реже — под зданием, поскольку густая сетка колонн затрудняет надлежащее использование пространства. Иногда гаражи расположены под незастроенной территорией. Наличие вентиляции в гараже обязательно, а загрязненный воздух должен выводиться за пределы территории гостиницы.

Важно наличие зелени и спортивных сооружений. Все чаще в проектах гостиниц предусматриваются участки зеленых насаждений. Они окружают спортплощадки, стоянки автомашин, веранды ресторанов, кафе и т.п.

Проектировать зеленые насаждения трудно, поскольку большая часть гостиничного участка имеет твердое покрытие, и создание крупного массива зелени почти невозможно. Посадки деревьев чаще предусматриваются в виде ширм, отделяющих участки различного назначения, или в качестве затеняющих ширм. В средней полосе высокие насаждения в период более полугода не выполняют этой роли из-за отсутствия листьев. Хвойные деревья лишь в небольшой степени могут быть запроектированы на участках для этих целей. Однако зеленые насаждения у зданий имеют большое декоративное значение, а также благотворно влияют на самочувствие клиентов.

Многие гостиницы стараются разнообразить пребывание гостей, создавая им возможность занятий спортом. Здесь принимаются в расчет исключительно те виды спорта, которыми можно заниматься в индивидуальном порядке. Поэтому оборудуются как правило лишь корты для игры в теннис и водные бассейны, окруженные зеленью. Однако все это характерно для представительных отелей, поскольку расходы на оборудование и эксплуатацию таких сооружений довольно высоки по отношению к количеству гостей, пользующихся этими сооружениями.

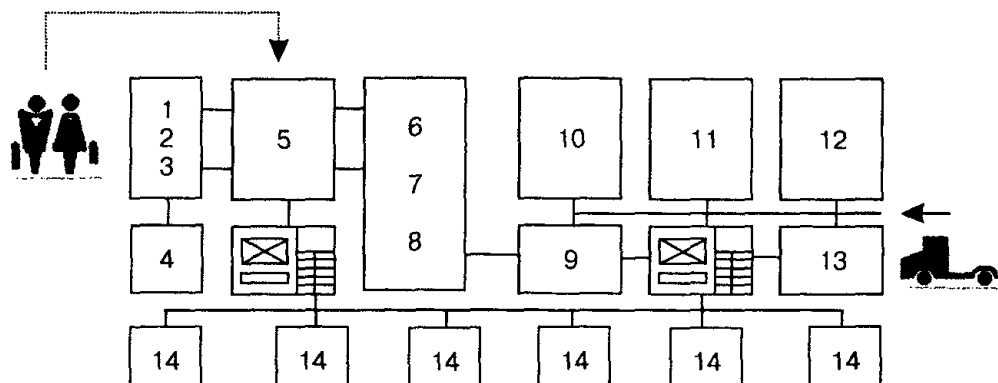
Для эффективной планировочной организации различные помещения гостиницы группируют по функциональным признакам, позволяющим организовать между ними четкие технологические взаимосвязи, отвечающие санитарно-гигиеническим и противопожарным требованиям, способствующие удобству эксплуатации гостиницы. а также повышающие комфорт проживания (рис. 4.2 и 4.3).

Сложность организации правильной взаимосвязи различных помещений состоит еще и в том, что проживающие в гостинице не должны видеть повседневную работу всех вспомогательных служб.

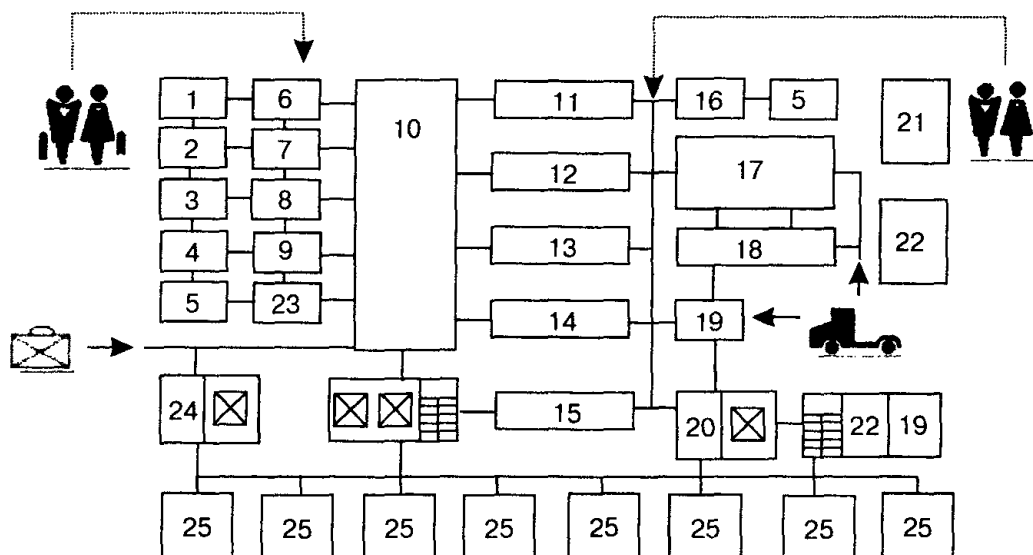
Главнейшими функциональными помещениями развитого гостиничного здания являются блоки:

- 1) приемно-вспомогательных помещений;
- 2) помещений жилой группы;

- 3) помещений питания;
- 4) помещений администрации;
- 5) подсобных и хозяйственных помещений.



**Рис. 4.2.** Схема функциональной организации малой гостиницы: 1 — администрация, 2 — дежурный администратор, 3 — портень, 4 — телефонная станция, 5 — вестибюль, 6 — бар, 7 — зал для завтраков, 8 — буфет, 9 — раздаточная, 10 — заготовочные, 11 — склады, 12 — подсобные помещения, 13 — помещения персонала, 14 — номера



**Рис. 4.3.** Схема функциональной организации высококомфортабельной гостиницы большой вместимости: 1 — дирекция, 2 — бухгалтерия, 3 — касса, 4 — телефонная станция, 5 — туалет, 6 — администрация, 7 — дежурный администратор, 8 — портень, 9 — шитовая, 10 — вестибюль, 11 — ресторан, 12 — кафе-бар, 13 — зал для конференций и банкетов, 14 — клубное помещение, 15 — зал для завтраков, 16 — гардероб, 17 — кухня, 18 — заготовочные, 19 — помещения персонала, 20 — раздаточная с подъемниками, 21 — склад, 22 — гараж, 23 — подсобные помещения, 24 — хранение багажа, 25 — номера

Все перечисленные блоки должны быть взаимосвязаны между собой с учетом специфики функционального процесса (рис. 4.4). В зависимости от типа гостиницы в ее структуру могут быть включены дополнительные блоки.

Как показывает анализ практики проектирования и строительства гостиниц, жилую часть проектируют с прямоугольной, компактной, атриумной и усложненной формой плана. Гостиницы с прямоугольной и усложненной формой плана распространены больше, чем с компактной и атриумной. На выбор формы плана влияют: градостроительные особенности участка строительства, его размер и форма, санитарно-гигиенические и противопожарные требования, технико-экономические соображения, а также творческий замысел архитектора.

#### **4.2. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ЭКСПЛУАТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА**

Современные гостиницы оснащены сложным инженерно-техническим оборудованием, которое обеспечивает высокий уровень комфорта и максимальные удобства.

Инженерно-техническое оборудование состоит:

1) из санитарно-технического (водопровод, канализация, горячее водоснабжение, отопление, вентиляция, кондиционирование воздуха, централизованное пылеудаление, мусоропровод, бельепровод);

2) лифтового хозяйства (пассажирские, служебно-хозяйственные и грузовые лифты, а также эскалаторы);

3) энергетического хозяйства (лифты, вентиляторы, насосы и др., работающее от силовых сетей напряжением 380 вольт, освещение помещений, питающееся от электрических сетей с напряжением 220 или 127 вольт);

4) слаботочных устройств автоматики (телеантенны и телевизоры, установки радиодиффузии, телефонизации, часофикации, компьютеризации, пожарной и охранной сигнализации, диспетчерской службы, киноустановки).

**Водоснабжение.** В каждом отеле и гостинице должны быть обеспечены все условия, необходимые для комфортного проживания клиента. Системы водоснабжения и канализации — это основное, так как они необходимы для хозяйственных нужд, подачи питьевой воды и личной гигиены. Водопроводная сеть обеспечивает здание гостиницы водой для питьевых и хозяйственно-бытовых нужд. Загрязненная вода через систему канализации удаляется из гостиницы. Наряду с обеспечением гостиниц холодной водой действуют системы горячего и пожарного водоснабжения.



Рис. 4.4. Функциональная структура гостиниц

Правильное проектирование позволит устранить массу проблем при поступлении холодной и горячей воды. Общая система водоснабжения состоит, как правило, из внутренней и внешней систем. Внутренняя система — это трубопроводы и устройства, которые обеспечивают подачу воды различных температур из наружного водопровода к санузлам, раковинам, душевым комнатам, пожарным кранам в здании. Проект внутреннего водопровода должен учитывать назначение данного здания и качество воды. В проекте предусматривается хозяйственно-питьевая и противопожарная системы.

Водопроводные сети бывают нескольких видов: тупиковые, кольцевые, смешанные, двойные, циркулярные, зонные. В зданиях с большим разбросом водоразборных устройств устраиваются комбинированные сети, состоящие из тупиковых и кольцевых магистральных трубопроводов. Внутренняя водопроводная сеть монтируется из стальных оцинкованных водогазопроводных труб, соединяемых с помощью фасонных частей. Соединение сваркой производится в среде углекислого газа.

Качество и температура воды, поступающей в гостиницу, должны соответствовать требованиям установленных стандартов. На одного проживающего может приходиться до 300 л воды в сутки.

Гостиницы оснащаются соответствующим водопроводно-канализационным оборудованием. Гостиничные сооружения, строящиеся на освоенных территориях, обеспечиваются водой от централизованной городской водопроводной сети. Небольшие же объекты, как, например, некоторые пансионаты в курортных местностях, турбазы, мотели, строящиеся на неосвоенных территориях, имеют самостоятельное водоснабжение из рек, озер, скважин или колодцев.

Температура воды, подаваемой в системы горячего водоснабжения, варьируется в зависимости от способа присоединения к системам теплоснабжения:

- при закрытом способе (через водоподогреватель) — в пределах 50—55 °С;
- при открытом способе (непосредственный водозабор от сети) — в пределах 60—65 °С.

Температура воды поддерживается с помощью обязательно устанавливаемого автоматического терморегулятора. Температура воды, подаваемой в системы горячего водоснабжения, независимо от способа присоединения должна быть не более +75 °С.

Поступление воды (объем) контролируется водомером. В подвалах должно быть освещение и температура воздуха не ниже +5 °С.

**Противопожарный водопровод.** Чаще всего он монтируется 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 при необходимости и водонапорных установок (насосов, водонапорных баков, пневматических устройств). Пожарные краны устанавливаются в легкодоступных местах — вестибюлях, коридорах, проходах, лестничных площадках здания гостиницы.

Пожарные краны оборудуются на стояке вентилями и быстросмыкающейся полугайкой диаметром 50—65 мм, пеньковым или капроновым рукавом длиной 10—20 м с двумя полугайками для присоединения к вентилю и к пожарному стволу с наконечником. Пожарные краны размещают в навесных или встроенных шкафах на высоте 1,35 м от пола.

Электродвигатели насосов должны бесперебойно снабжаться от двух независимых друг от друга источников питания.

Норма расхода воды и число струй зависит от объема, высоты и назначения обслуживаемого здания. На одну струю минимальный расход воды нормируется от 2,5 до 5 л/сек; а расчетное число компактных струй — от 1 до 8. При диаметре пожарных кранов и рукавов в 50 мм нормативный расход воды одной струи — 2,5 л/сек, а при диаметре 65 мм — 5 л/сек.

В системах водопровода с водонапорными баками неприкосновенный противопожарный запас воды равен количеству, необходимому для тушения пожара в течение 10 мин при ручном или автоматическом включении пожарных насосов.

Дистанционное включение электродвигателя пожарного насоса производится кнопками, установленными в здании гостиницы возле пожарных кранов, как правило, в пожарных шкафах.

Автоматические системы пожаротушения бывают спринклерными и дренчерными. Спринклерные установки представляют собой смонтированную под перекрытием защищаемого помещения распределительную систему труб с вмонтированными в нее спринклерными головками (разбрызгивателями), срабатывающими при температурах 72, 93, 141, 182 °С. Трубы распределительной сети находятся постоянно под давлением и снабжаются водой автоматически.

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

Нагретая в водонагревателе (бойлере, котле) вода по подающему трубопроводу поступает в систему горячего водоснабжения. Израс-



ходованная из системы вода пополняется из водопровода. Для нагрева остывшей воды в системе прокладывается циркуляционный трубопровод, который соединяет систему горячего водоснабжения с водонагревателем.

Для поддержания постоянного расхода воды, поступающей из тепловой сети, устанавливают регулятор расхода, а на трубопроводе, подающем холодную воду в водонагреватель, водомер, учитывающий расход воды.

Давление и температуру воды в отдельных точках узла управления измеряют манометрами и термометрами.

Централизованная система горячего водоснабжения включает: водоподогреватели; сеть, состоящую из подающих, распределительных и циркуляционных (обратных) трубопроводов, сетевого оборудования (компенсаторов, воздухоотводников, водозаборной, запорной, предохранительной арматуры); регулирующие и контрольно-измерительные устройства (регуляторы расхода и давления, термореле и др.); циркуляционные насосы.

**Отопление, вентиляция и кондиционирование.** Системы отопления подразделяются на местные и центральные. К местным системам относятся системы, в которых все основные элементы объединены в одно устройство. Такими системами являются печи, газовое и электрическое отопление. Их радиус действия ограничен одним или двумя смежными помещениями. В центральных системах источник тепла вынесен за пределы отапливаемых помещений или вообще за пределы здания.

Системы центрального отопления классифицируются по виду теплоносителя, его температуре и давлению; способам его перемещения, передачи тепла от наружной поверхности нагревательных приборов к воздуху отапливаемых помещений; схемным решениям.

Тепловые узлы отопления бывают двух видов: элеваторный узел и бойлерный.

1. Элеваторный узел отопления представляет собой следующее. Вода из ТЭЦ поступает в тепловой узел с температурой 130—150 °С и давлением до 10—12 атм. До поступления в местную систему давление и температура воды должны быть снижены до необходимых номиналов в зависимости от времени года.

Снижение давления осуществляется за счет действия регулятора расхода, устанавливаемого на горячей магистрали теплового узла. Снижение температуры происходит за счет смешения охлажденной воды из обратной магистрали с горячей водой от ТЭЦ. Перемешивание осуществляется элеватором — прибором, служащим для снижения дав-

ления и температуры горячей воды, подаваемой из ТЭЦ к потребителю (в местную систему), до необходимых параметров.

2. Бойлерный узел отопления (бойлер) состоит из отдельных секций, которые соединяются между собой кольцами и перемычками. Каждая секция состоит из кожуха (корпуса) и латунных трубочек. Трубочки с двух сторон закреплены в трубные решетки. Длина секции составляет 4 м, реже — 2 м.

Вода от ТЭЦ поступает внутрь трубочек бойлера, местная вода — в межтрубочное пространство. Движение воды, греющей и нагреваемой, направлено навстречу друг другу.

Бойлерный узел характерен тем, что вода от ТЭЦ не поступает внутрь местной системы. Назначение ее — производить обогрев воды, циркулирующей в местной системе. Местная система замкнута, поэтому устанавливается дополнительный объем — расширительный сосуд.

Циркуляция воды в местной системе создается насосом, установленным на обратной магистрали местной системы.

Циркуляционные насосы отопления работают круглосуточно в период всего отопительного сезона. При понижении давления в обратной линии системы отопления по команде электроконтактного манометра открывается задвижка на линии подпитки, включается один из подпиточных насосов для пополнения системы водой до нужного давления.

Эти два способа приготовления горячей воды для системы отопления являются наиболее распространенными в гостиницах. Однако в последнее время появились другие способы приготовления горячей воды для систем отопления с применением модульных котельных установок.

**Системы кондиционирования и вентиляции.** Создание в помещении необходимых климатических условий (температуры, относительной влажности, скорости движения воздуха), вне зависимости от внешних климатических условий и внутренних факторов (тепло- и влаговыделение людьми и оборудованием, газо- и паровыделение), называется кондиционированием воздуха. Санитарная норма свежего воздуха составляет 20 м<sup>3</sup>/час на одного человека.

Кондиционирование воздуха предусматривается из-за невозможности использования естественной вентиляции (открытые окна в летнее время) из-за чрезвычайного уличного шума, мешающего работе, загрязнения воздуха в помещениях или больших скоростей ветра при повышенной этажности. В кондиционере может обрабатываться только наружный воздух, смешанный с внутренним рециркуляционным, а также внутренний воздух.

В зависимости от радиуса действия системы кондиционирования делятся на центральные, обслуживающие многие помещения,

и местные, обслуживающие одно помещение. Центральные системы кондиционирования воздуха оборудуют большими центральными кондиционерами, устанавливаемыми в специально отведенных помещениях минимальной площадью 140 м<sup>2</sup>, высотой до 10 м. При местном кондиционировании воздуха компактный кондиционер устанавливается непосредственно в обслуживаемом помещении.

Центральные кондиционеры устанавливаются для подачи воздуха в торговые залы ресторанов, банкетные залы, конференц-залы, производственные и жилые помещения. Центральные горизонтальные кондиционеры выпускаются промышленностью в виде типовых секций, что позволяет собирать кондиционеры с любым числом секций, располагая их в любой последовательности. Принципиальная технологическая схема центрального кондиционера состоит в следующем. Наружный воздух забирается через отдельно стоящую шахту, общую для систем кондиционирования воздуха и вентиляции. Далее воздух по горизонтальному распределительному каналу, сооруженному за пределами машинного зала, поступает к кондиционерам и приточным установкам, расположенным, как правило, в подвальной части здания гостиницы.

Поступающий из воздухозаборного канала воздух проходит через утепленный клапан для наружного воздуха, регулирующий клапан в калориферы первого подогрева. За первым подогревом устанавливается смесительная секция (сепаратор) для подмешивания рециркуляционного воздуха. Далее воздух поступает в оросительное устройство, затем самоочищающийся фильтр и калориферы второго подогрева. На этом процесс обработки воздуха заканчивается, и воздух подается вентилятором в сеть.

В комплект кондиционеров входят приборы автоматического и дистанционного управлений.

Существуют несколько режимов работы кондиционеров в зависимости от периодов года. Расчетные параметры воздух приобретает после калориферов второго подогрева. Подача воздуха осуществляется по протяженным воздуховодам (рациональная длина их не более 60—70 м). Чаще всего применяются одноканальные системы кондиционирования низкого давления со скоростью движения воздуха 10—12 м/сек.

За рубежом иногда применяются кондиционеры высокого давления со скоростью воздуха 20—30 м/сек. Благодаря этому уменьшаются сечение воздухопроводов и занимаемые ими площади. Такие кондиционеры требуют применения высоконапорных вентиляторов, особо плотных воздуховодов и особых мер борьбы с аэродинамическим шумом (обязательного применения шумоглушителей при выпуске воздуха).

Для систем кондиционирования воздуха требуется большое количество холода в летний период. Холодоснабжение может осуществляться от естественных или искусственных источников. К естественным источникам относятся артезианские воды, залегающие на глубине 25—30 м под поверхностью земли и имеющие температуру + 5 °С, а также лед. К искусственным источникам относится охлажденная вода с температурой +7 °С, поступающая от холодильных установок. Холодильные установки оборудуются компрессорами с испарительно-конденсаторными агрегатами. В зависимости от производительности кондиционеров и их назначения холодильные установки и компрессоры подразделяются на несколько типов.

В переходный и зимний периоды холодильные машины не работают. Практически все крупные гостиницы оборудованы системой вентиляционного воздуха. Системы вентиляции классифицируются:

- 1) по назначению — на приточные и вытяжные;
- 2) по способу перемещения воздуха — на естественные и механические;
- 3) по способу организации воздухообмена — на местные и общеобменные.

Перемещение воздуха осуществляется по воздуховодам, которые выполняются из шлакоалебастровых или шлакобетонных плит, а также из кровельной оцинкованной стали, асбоцементных труб.

**Система канализации.** Система канализации гостиницы должна соответствовать требованиям строительных норм и правил по проектированию внутреннего водопровода и канализации зданий и обеспечивать бесперебойное отведение сточных вод от всех санитарно-технических приборов и приемников сточных вод в наружную канализационную сеть. Для предотвращения образования засоров необходимо своевременно (не реже раза в год) производить профилактическую очистку канализационных трубопроводов.

Канализация — это чрезвычайно важная система. Прежде чем возводить здание, в котором будут постоянно находиться люди, необходимо продумать все детали, связанные с работой канализации и обеспечением водоснабжения.

На эти проектировочные решения уходят большие средства, но они быстро окупаются в процессе эксплуатации здания.

Система канализации проектируется в зависимости от вместительности гостиницы. Если планируется, что в гостинице одновременно будут проживать 20 постояльцев, не считая персонала, то и возможности канализации должны быть соответствующие.

Для очистки отходов, попадающих в канализационные стоки, служит локальная канализация.

Для гостиниц могут использоваться очистительные системы локальной канализации «ТОПАС 20», «ТОПАС 30», «ТОПАС 40», «ТОПАС 50», «ТОПАС 75» (цифра означает количество человек, которые могут одновременно использовать данную систему).

Для гостиничного комплекса на 75 гостей не следует выбирать «ТОПАС 20», «ТОПАС 30» или даже «ТОПАС 50», так как мощности будет недостаточно и может произойти сбой в системе. Этот важный момент не следует игнорировать, так как все заинтересованы в том, чтобы водоснабжение и канализация работали без сбоев. Стоит отметить, что очистные сооружения ТОПАС имеют небольшие размеры. Работают они комплексно и гораздо эффективнее, чем септик. Необходим профессиональный монтаж, современное сантехническое оборудование, хорошая система водо- и электро-снабжения. Если отключают электричество на длительное время, стоит ограничить потребление воды в 2 раза.

Монтаж очистной системы производится в любое время года при температуре не ниже  $-5^{\circ}\text{C}$ . Это прописано в нормативах, разработанных законодательством. Производитель очистных сооружений ТОПАС огромное внимание уделяет его безопасности и надежности. Корпус основного резервуара сделан таким образом, чтобы противостоять внешним воздействиям среды, имея прекрасную герметичность. В Европе канализационные системы ТОПАС широко используют в целях экономии. Дело в том, что дорогая вода заставляет европейцев, проживающих в собственных домах, использовать для полива воду, переработанную ТОПАСом. Вода действительно выходит полностью очищенная и прекрасно используется для полива грядок, деревьев и клумб. Не стоит бояться, что в поливаемые овощи или фрукты попадет инфекция, так как очищение производится с помощью бактерий и использование какого-либо химического септика исключается.

Удивительно, но ТОПАС можно располагать недалеко от гостиницы, так как он не имеет запаха. В этом случае необходимо позаботиться о системе вентиляции. Все канализационные системы имеют гарантийное обслуживание.

Сама система герметична и укладывается чуть ниже грунтовых вод, прямо под землей. Благодаря углу наклона, под которым устанавливается ТОПАС, не происходит замерзания воды в зимний период, что позволяет данной канализационной системе очистки работать в любое время года. Помимо того что ТОПАС необходимо вставить в грунт, от него необходимо сделать систему водоотведения, по которой очищенная от фекалий и отходов вода уйдет в специализированные колодцы или канавы. Очистительная канализационная система ТОПАС может работать без электричества и системы водоснабжения, но лишь короткий период времени. Очищение канализационной воды происходит за счет работы бактерий, которые питаются данными отходами. При монтаже канализации обязательно используется водопровод, поскольку в процессе использования системы ТОПАС необходим активный слив воды.

Перед установкой системы необходимо пригласить специалиста, который определит уровень грунтовых вод, а также состояние почвы и составит смету.

Система канализации гостиницы должна обеспечивать бесперебойное отведение сточных вод от всех санитарно-технических приборов и приемников сточных вод в наружную канализационную

сеть. Для предотвращения образования засоров необходимо не реже раза в год производить профилактическую очистку канализационных трубопроводов.

Санитарные узлы номеров по планировочному решению и оборудованию разнообразны. Наиболее часто применяют совмещенные, оборудованные ванной или душем, умывальником, унитазом, а также полотенцесушителем. При умывальнике должны быть зеркало, полочка для туалетных принадлежностей, полотенцедержатель, штепсельная розетка для электробритв. Номера с ванной считаются более комфортабельными, чем номера с душем, и стоят дороже. В санитарных узлах номеров из двух и более комнат, а также однокомнатных одноместных и части двухместных номеров располагают также биде. В номерах гостиниц с высоким комфортом иногда устанавливают умывальник с увеличенным размером подстоля. Вход в санитарный узел номера в основном делают из передней. В номерах высшей категории иногда есть второй вход в санузел из спальни, из тамбура-шлюза или гардеробной, расположенной при спальне. В номерах гостиниц высокого уровня комфорта предусматривают отдельный санузел, туалет или туалет с рукомойником и ванную комнату (ванна, умывальник, иногда также биде). При отдельном санузле вход в туалет делают из передней, в ванную — из передней, спальни или гардеробной при спальне. Для повышения удобства проживания в двухкомнатных номерах на трех человек и более нередко делают отдельный санитарный узел или два санузла, оба с входами из передней.

В случае отсутствия во всех номерах полного санитарного благоустройства на жилых этажах располагают общие санитарные узлы и кабины личной гигиены женщин, а также ванные комнаты или душевые общего пользования. В гостиницах малой вместимости ванные и душевые общего пользования иногда размещают в одном месте, чаще в цокольном или подвальном этаже здания.

Наряду с однокомнатными номерами на одного-двух человек в некоторых современных гостиницах в небольшом количестве имеются однокомнатные номера на три-четыре человека. С целью повышения комфорта проживания такие номера делают из двух жилых комнат с общей передней и санитарным узлом. В ряде современных гостиниц, предназначенных в основном для молодежи, спортсменов, туристов, частично имеются номера-общежития на пять человек и более.

Санитарный узел при вестибюле предназначен для клиентов, временно находящихся в районе вестибюля, для лиц, проходящих к проживающим или только что приехавших и выполняющих формальности, связанные с получением номера. Санитарный узел часто размещают

таким образом, чтобы он мог также обслужить и посетителей ресторана (в подвальном помещении, находящимся под главным вестибюлем гостиницы).

**Система мусороудаления.** Для удобства удаления мусора с этажей гостиниц применяются специальные устройства, называемые мусоропроводами. Основными элементами мусоропроводов являются: ствол с загрузочными клапанами, расположенными на каждом этаже; мусороприемный бункер, расположенный в нижней части здания гостиницы.

Ствол и все его неподвижные соединения должны быть влагостойкими, дымо- и воздухонепроницаемыми, внутренняя поверхность ствола должна быть гладкой, без наплавов. В нижней части ствола (в месте его входа в мусоросборную камеру) находится шиберное устройство. Ствол мусоропровода должен отделяться от строительных конструкций здания звукоизолирующими прокладками, должен иметь высокоэффективную систему вентиляции, для чего он соединяется с дефлектором, установленным на крыше, а также иметь оборудование для прочистки и промывки.

Загрузочный клапан должен иметь размеры, исключаящие сбрасывание предметов, размер которых более сечения ствола. Загрузочные клапаны устраиваются съемными, легко открывающимися и герметичными. Покрытие загрузочного клапана антикоррозийное, крепится к стволу при помощи упругих прокладок.

Стены мусороприемных камер (бункеров) облицовываются глазурованной плиткой, потолки окрашиваются масляной краской. В бункер должна быть подведена горячая и холодная вода для его промывки. Пол в бункере должен быть водонепроницаемым с уклоном в сторону трапа не менее 1%. Двери в бункер должны быть изнутри оббиты листовой сталью, иметь плотный притвор и запорное устройство.

Мусор транспортируется спецмашинами, в некоторых из них имеются дробилки, измельчающие мусор до фракций песчинок.

В некоторых странах Европы и в США применяется пневматическое удаление мусора. Эта система предусматривает прокладку специальных мусороотводящих трубопроводов диаметром 500—600 мм, выполненных из высокопрочной стали и прокладываемых под землей на большие расстояния. В трубопроводах создается специальными компрессорами разрежение до 2000 мм водяного столба, что позволяет производить движение воздушного потока со скоростью 30 м/сек. В перегрузочных пунктах мусор прессуется и загружается в контейнеры, а затем направляется в мусоросжигательные или мусороперерабатывающие заводы.

**Лифтовое хозяйство.** Лифтами называются подъемные устройства циклического действия, предназначенные для вертикальной транс-

портировки людей и грузов в зданиях различного назначения (рис. 4.5). Лифты бывают пассажирскими, грузопассажирскими и грузовыми. По скорости подъема они подразделяются на тихоходные — со скоростью подъема 1 м/сек, быстроходные — 1,5 м/сек, и скоростные — более 1,5 м/сек. Лифты различаются также по грузоподъемности.

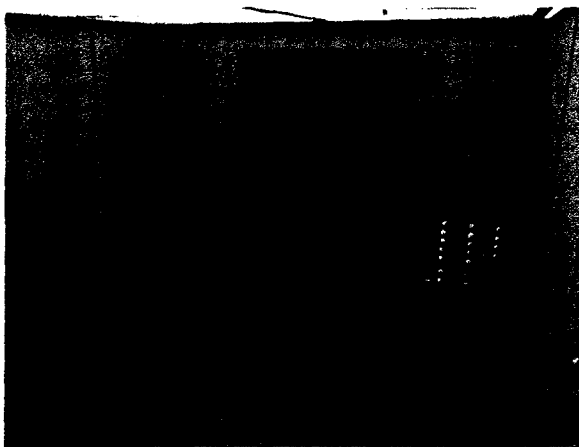


Рис. 4.5. Лифт для перемещения постояльцев гостиницы (вид изнутри)

В основном лифты в отелях устанавливаются в холлах, возле лестничных пролетов. В многоэтажных гостиницах лифты являются основным средством перемещения по этажам, а ступеньки используются для дублирования. По этой причине в таких зданиях лифты не привязываются по месторасположению к лестничным пролетам. В вестибюле зачастую оборудуется площадка для входа в лифт, а на этажах — лифтовые холлы, которые отделяются самозакрывающимися дверями.

Лифт считается одним из самых надежных средств перемещения постояльцев гостиницы при условии своевременного и качественного обслуживания лифтового хозяйства. Жесткий технический контроль и надежная система безопасности практически исключают вероятность несчастного случая. Под системой безопасности подразумеваются специальные ловители, датчики, система аварийного торможения, которые включаются при возникновении аварийной ситуации. Для обеспечения бесперебойной эксплуатации лифтов в отелях создаются системы диспетчерского контроля. Такие системы дают возможность дистанционно контролировать работу механизмов, обеспечивают переговорную связь диспетчера лифта с пассажирами.



Согласно техническому регламенту средний проектный срок службы лифта должен быть не более 25 лет. По истечении этого срока проводится специальная диагностика ходовой части и систем безопасности.

Межгосударственный стандарт ГОСТ 28681.4—95 «Туристско-эксплуатационное обслуживание. Классификация гостиниц» предусматривает обязательное наличие лифтов в гостиницах высотой более одного, двух и трех этажей в зависимости от их категорийности. В здании гостиницы должно быть не менее двух лифтов, количество их рассчитывается исходя из нормы: один лифт на 150 потенциальных пассажиров.

Современные гостиницы оснащены большим количеством лифтов и лифтоподъемников различного назначения. Как правило, пассажирские лифты размещаются у одного холла, группами с четным количеством лифтовых кабин, одинаковой грузоподъемности и модели. Современные гостиничные комплексы отдают предпочтение лифтам без машинного помещения. Такими моделями оборудованы многие гостиницы. К преимуществам таких механизмов можно отнести плавный ход и более высокую точность остановки, низкую шумность.

Регистрации в органах Госгортехнадзора подлежат вновь установленные и принятые от монтажной организации лифты грузоподъемностью свыше 160 кг, а также лифты, находящиеся в эксплуатации, но нуждающиеся в реконструкции. При регистрации лифтов после реконструкции к их паспортам должны быть приложены заключения специализированной приемной организации, подтверждающей необходимость реконструкции, а также соответствующие новые чертежи и описания.

Для регистрации лифтов в местных органах технического надзора предоставляются следующие материалы:

- письменное заявление руководства гостиницы — владельца лифтов;
- типовые паспорта на каждый лифт;
- акты технической готовности и приемки лифтов;
- документ, подтверждающий наличие у владельца и у специализированной организации, осуществляющей обслуживание лифтов, обученного и аттестованного персонала для круглосуточной работы.

Техническое освидетельствование лифтов производится:

- после установки нового лифта и регистрации его в территориальном органе технической надзора;
- периодически, не реже чем через 12 месяцев, независимо от срока и режима работы лифта;
- после реконструкции лифта;

■ при замене отдельных деталей, канатов, ловителей, ограничителей скорости, гидравлического буфера и капитальном ремонте лебедки, тормоза;

■ после изменения электрической схемы управления;

■ после замены электрической проводки цепи управления.

Результаты статических и динамических испытаний инспектор государственного технического надзора заносит в паспорта лифтов и дает письменное разрешение на эксплуатацию.

Надзор за лифтами включает в себя технический контроль за работой механизмов и аппаратов, состоянием лифтовых шахт и приямков, наблюдение за работой обслуживающего персонала, соблюдение правил устройства и безопасной эксплуатации лифтов, проведение осмотров, текущего ремонта, регулировки, наладки и соблюдение сроков освидетельствования лифтов.

Обслуживание лифтов обеспечивается электромеханиками не моложе 18 лет, прошедшими медицинское освидетельствование и имеющими практический стаж работы с лифтами не менее 6 мес. Капитальный ремонт лифтов должен производиться специализированной организацией или технической службой гостиницы под руководством лица, ответственного за исправное состояние и безопасное действие лифтов.

До включения лифтов в работу необходимо составить должностные инструкции для всего персонала, задействованного в эксплуатации лифтов. Допуск к работе персонала с лифтом должен оформляться приказом по гостинице.

**Электроснабжение и электрооборудование.** Электрооборудованию в гостиницах должно уделяться самое пристальное внимание. Перед началом эксплуатации электрооборудования приказом по гостинице назначается ответственный за электрохозяйство, который должен обеспечивать надежную, экономичную, безопасную работу электроустановок и осуществлять правильный подбор обслуживающего персонала.

Техническое обслуживание и надзор за электрооборудованием должны строго соответствовать требованиям «Правил устройства электроустановок (ПУЭ)»<sup>1</sup>. Указанные правила являются обязательными для всех гостиниц независимо от вида собственности и ведомственной принадлежности.

Во время приемки электрооборудования гостиниц в эксплуатацию после строительства или капитального ремонта от строительно-монтажной организации должны быть получены следующие документы:

■ проекты (электрические расчеты, схемы);

---

<sup>1</sup> Утверждены приказом Минэнерго России от 8 июля 2002 г. № 204.

- исполнительные чертежи электрических сетей, щитов и автоматов защиты и контроля силового оборудования, с нанесением на планах групповых щитов, схем питающих сетей основного, резервного, дежурного и аварийного электроснабжения;

- протоколы изменения сопротивления изоляции и кабелей, сетей, нестандартного электрооборудования и петли «фаза — ноль»;

- акты на скрытые работы;

- протоколы измерения сопротивления растеканию тока заземляющих устройств;

- карта установок релейной защиты с параметрами тока, напряжения и времени срабатывания;

- протоколы проверки надежности крепления тяжелых светильников, люстр и других электротехнических изделий;

- паспорта на электротехнические изделия;

- ведомость замены импортного электрооборудования отечественным.

Приемка в эксплуатацию электрооборудования с истекшим гарантийным сроком запрещается.

В гостиницах электроснабжение должно иметь две схемы разводок: основную и дежурную. Дежурное электроосвещение, составляющее примерно 30% от основного, необходимо включать с целью экономии электроэнергии в ночное время и в часы отдыха гостей. По этим сетям 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 нужно применять реле времени и автоматические фотовыключатели.

Обслуживающий персонал гостиницы, служба бытового обслуживания и питания должны проходить инструктаж по технике безопасности с присвоением первой квалификационной группы с занесением проверки знаний в журнал.

Электрические сети в зданиях гостиниц, промежуточные и конечные устройства электроснабжения выполняются в соответствии с требованиями ПУЭ-86 (утв. Главтехуправлением, Госэнергонадзором Минэнерго СССР 5 октября 1979 г., в редакции от 20 июня 2003 г.) и ВСН 59-88 «Электрооборудование жилых и общественных зданий. Нормы проектирования» от 1990 г. Категорийность приемников электроэнергии по степени обеспечения надежности следует принимать в соответствии с указаниями ВСН 59-88, при этом для гостиниц категорий «четыре звезды» и «пять звезд» предусматривается первая категория надежности. Следует устанавливать дополнительные независимые (включая аккумуляторы)

муляторные) источники электроснабжения с ограниченным временем работы для обеспечения нормальной эвакуации.

Компьютерные сети и системы противопожарной защиты, охранной сигнализации, средств и систем связи оборудуются агрегатами бесперебойного питания.

В зданиях гостиниц следует применять систему 380/220 В с глухозаземленной нулевой точкой трансформаторов и с пятипроводной электрической схемой, а во всех питающих сетях предусматривать резерв мощности 15—30%, в коммуникационных блоках — такой же резерв контактных групп.

Освещение помещений гостиниц обеспечивается по следующим группам:

- 1) жилые, общественные, административные помещения, пути эвакуации;
- 2) вспомогательные помещения;
- 3) технические помещения;
- 4) наружное освещение.

В гостиницах предусматривается рабочее, эвакуационное, аварийное и охранное освещение. В номерах устанавливается общее, а в гостиницах категорий «две звезды» и выше также местное и рабочее освещение (прикроватное, возле умывальника, у зеркала и т.д.). В номерах категорий «три звезды» и выше следует применять светорегуляторы общего и прикроватного освещения. В гостиницах категорий «четыре звезды» и «пять звезд» рекомендуется применение дистанционного управления освещением и акустических устройств автоматического включения-выключения освещения.

В общественных помещениях гостиниц используется общее, регулируемое по яркости (плавно или скачками) освещение, а также освещение по зонам — местное точечное, рассеивающее, отраженное. В помещениях администрации и на постах дежурных служб предусматривается общее и рабочее освещение. На рабочих столах с компьютерами устанавливаются безбликовые рассеивающие лампы.

**Слаботочные сети.** К слаботочному хозяйству гостиницы относятся: радиофикация и телевидение, средства охранной и пожарной сигнализации, диспетчерская служба, автоматизация инженерного оборудования, сигнализация службы приема, киноустановки, контрольно-измерительные приборы, часы и средства связи, особое место занимает компьютеризация службы приема и размещения, а также бухгалтерского учета.

Радиофикация крупных гостиниц осуществляется от собственного радиоузла, в котором монтируется несколько блоков усилителей для трехпрограммного радиовещания и музыкального оформления объектов питания и общественных помещений.

Целесообразно возле радиоузла размещать радиомастерские для ремонта радиотелевизионной аппаратуры, а также студии звукозаписи для составления музыкальных программ и рекламной информации. Из радиоузла передается по отдельной линии и информация для работников гостиницы. Для этой цели в радиоузле устанавливается микрофон и отдельный усилитель.

Устройствами для подключения телевизоров должны оборудоваться все жилые помещения гостиниц и все основные общественные помещения (кроме однозвездочных).

Не рекомендуется в одно- и двухместных номерах устанавливать крупногабаритные телевизоры. Для удобства ремонта ассортимент телевизоров должен быть минимальным. В номерах разрешается производить осмотр телевизоров и малый ремонт. В остальных случаях ремонт требуется осуществлять в мастерской.

В кинозалах, бизнес-центрах, концертных залах, конференц-залах необходимо оборудовать стационарные усилительные установки с несколькими микрофонами на сцене и в зале. В этих помещениях необходимо иметь электророзетки для включения диапроекторов и нестационарных киноустановок.

Техническое обслуживание и ремонт телевизионной и радиоаппаратуры можно производить с помощью подрядных специализированных организаций по договору. При этом ремонт осуществляется в следующие сроки:

- текущий — один раз в год;
- средний — один раз в два года;
- капитальный — один раз в пять лет.

Количество вводов систем связи в здания гостиниц должно быть минимальным. Допускается установка в одном помещении оборудования систем связи, электрочасофикации, сигнализации и диспетчеризации инженерного оборудования.

В зданиях гостиниц разрешается устройство собственных станций проводного вещания, предназначенных для трансляции программ центрального радиовещания и городской радиотрансляционной сети. Допускается общая или частичная трансляция этих программ, а также программ студии гостиницы, передача сигналов оповещения, сообщений персоналу и др.

В гостиницах категорий «четыре звезды» и «пять звезд» возможна собственная студия телевидения. Головные станции телевидения следует размещать в помещениях площадью не менее 10 м<sup>2</sup>; не допускается их размещение под помещениями с мокрыми процессами. В четырех- и пятизвездочных гостиницах следует, а в гостиницах других категорий рекомендуется обеспечивать прием спутникового телевидения, а также

предусматривать возможность входа в компьютерные сети различных специализаций и охвата.

В зальных помещениях, в вестибюле, поэтажных гостиных и холлах рекомендуется применение систем видеопроекции.

Следует предусмотреть телефонизацию с прямым или опосредованным выходом к абонентам в городе, а также внутренние сети телефонной и селекторной связи. Также рекомендуется применять системы поисковой связи персонала, селекторного оборудования для руководящего, технического и дежурного персонала, радиосвязи охранных служб и др.

В зданиях гостиниц при наличии в них киноконцертных и конференц-залов, помещений для деловых встреч требуются системы звукоусиления, синхронного перевода, диктофонно-стенографические и иные конференц-системы, дополняемые в случае необходимости линейно-кабельными коммуникациями к выделенной либо открытой сети абонентов. При наличии перечисленных помещений и служб при зальном комплексе целесообразно организовывать копировально-множительное бюро.

Номера гостиниц категорий «три звезды» и выше должны быть оборудованы средствами охранной сигнализации, которые в четырех- и пятизвездочных гостиницах следует дополнять индикацией занятости номера и присутствия в номере проживающих. Целесообразно сигналы от датчиков охранной сигнализации объектов этажа выводить к стойке дежурной горничной этого же этажа, а сигналы от остальных объектов — к диспетчеру гостиницы и параллельно в комнату охраны, при отсутствии таковых — к портье.

Все объекты гостиницы необходимо снабдить средствами пожарной автоматики: электрической пожарной сигнализации, спринклерными и дренчерными установками, радиоустановками оповещения о пожаре.

Пожарная сигнализация состоит из трех основных частей:

- 1) извещателей, подающих автоматически или вручную сигнал о пожаре прямо с объекта;
- 2) системы электрических проводов к приемной станции, предназначенной для приема поданных от извещателей сигналов о пожаре;
- 3) автоматической тревоги.

Сигнал тревоги подается диспетчеру гостиницы и на пост пожарной защиты.

Системы электрической пожарной сигнализации могут быть автоматическими, ручными или смешанного действия. Линии систем электрической пожарной сигнализации выполняются кабелями напряжением 60 вольт.

Подключение извещателей может производиться лучевым или кольцевым способом. При лучевом способе каждый извещатель соединен с приемной станцией парой самостоятельных проводов, образующих отдельный луч, в который может быть включено до трех—четырёх извещателей. При кольцевом способе несколько извещателей включаются последовательно в однопроводную линию, начало и конец которой соединены с приемной станцией. В кольцевую схему включается до 50 извещателей.

С целью централизации управления и контроля за работой инженерного оборудования при помощи средств автоматики, телемеханики и связи в крупных гостиницах организуется диспетчерская служба. На диспетчерском пульте необходимо устанавливать оборудование с определенным резервом для подключения вновь устанавливаемого оборудования.

Для нормальной и бесперебойной работы котельных тепловых пунктов, радиоузлов, диспетчерских пультов необходимо иметь второй (запасной) комплект контрольно-измерительных приборов на время ремонтов, проверок и опломбирования рабочих приборов. Все приборы, как и оборудование, должны иметь инвентарные номера, соответствовать паспортам.

### **4.3. СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА**

**Организация и технология содержания гостиничного фонда.** В состав жилой части гостиницы входят номера, горизонтальные коммуникации (коридоры), гостиные, лестнично-лифтовые холлы, помещения дежурного персонала.

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

Для поддержания чистоты и порядка в номерах производится уборка, которую специалисты гостиничного дела классифицируют по категориям, виду и назначению для того, чтобы правильно организовать проведение работ по обеспечению чистоты в гостинице.

Для этого выделяют также определенные категории персонала:

- горничные, которые убирают жилые номера;
- уборщики, занятые на уборке коридоров, холлов, лестниц, вестибюля;
- уборщики производственных и служебных помещений, мастерских и технических служб.

При проведении уборочных работ обслуживающий персонал обязан выполнять требования по санитарному содержанию помещений гостиницы и учитывать ряд важных принципов:

- поэтажный персонал должен как можно меньше попадаться на глаза гостю;

- уборочный инвентарь и уборочные инструменты не должны находиться в местах общего пользования;

- горничные, уборщицы не должны отвлекаться на личные дела во время выполнения уборочных работ.

Важную роль в умелом обслуживании гостей играют представители самой массовой профессии в гостиничном хозяйстве — горничные. В соответствии со стандартом предоставления гостиничных услуг горничной, работающей в номере, запрещается закрываться в номере, смотреть телевизор, слушать музыку; пользоваться туалетом, ванной, оборудованием данного номера, курить в номере, сидеть в номере без дела, сидеть с гостем, оставлять тележку в коридоре перед дверью номера, трогать личные вещи проживающего, выбрасывать с письменного стола бумаги. Горничная должна уметь правильно войти в номер, грамотно и четко ответить на вопросы проживающего (в том числе на иностранном языке). Выполнение этих принципов является критерием уровня культуры обслуживания в гостинице. Внимательное отношение горничной к проводимым уборочным работам, отличное выполнение своих служебных обязанностей удлиняют сроки использования имущества и его сохранность, повышают культуру обслуживания проживающих, способствуют улучшению экономических показателей работы гостиницы.

Большей частью в российских гостиницах работают горничные, не прошедшие специальную подготовку; они продолжительное время изучают все приемы и методы новой для себя работы, долго обучаются сложному искусству общения с гостями, пребывающими в гостиницах — временных для себя жилищах.

Способы и методы уборки постоянно совершенствуются и развиваются, но главным критерием оценки работы горничной остаются результат работы — безукоризненная чистота номеров; опрятность при выполнении уборочных работ; правильное и умелое обращение с уборочными материалами и инвентарем.

**Уборка номеров.** Различают несколько взаимосвязанных между собой видов уборки номеров, в частности текущую ежедневную и промежуточную, ежедневную после выезда проживающих и генеральную.

Перед началом работы горничная получает от бригадира (портье) указание на очередность уборки номеров. В первую очередь убираются забронированные и свободные номера, поскольку в них в любое время



могут поселить гостей. Если они уже были убраны в вечернее или ночное время, утром горничной следует протереть пыль с полированных поверхностей и проверить качество уборки санитарного узла, наличие в нем туалетной бумаги, других туалетных принадлежностей и мыла. Затем производится уборка в номерах, которые освободились после выезда проживающих, чтобы подготовить их к заселению, не допустить простоев. В последнюю очередь приступают к текущей, ежедневной уборке номеров, занятых проживающими. Как правило, уборка производится в отсутствие гостя.

Дверь во время уборки остается полуоткрытой. На ручку двери может вывешиваться табличка «Идет уборка».

Генеральная уборка должна проводиться раз в 7—10 дней. Во время генеральной уборки удаляют пыль со стен, прочищают вентиляционные решетки, чистят пылесосом драпировки, пружинные матрасы и перинки, протирают стекла окон и дверей. Генеральная уборка производится, как правило, после натирки паркетных полов в номере. При генеральной уборке номеров могут проводиться также дополнительные работы (мытьё стен, ковров и ковровых дорожек, покраска полов). Пыль со стен удаляют пылесосом, применяя круглую щетку с длинным ворсом. Этой же щеткой снимают паутину в углах потолка и прочищают вентиляционные решетки. Если длина шланга пылесоса не позволяет достать щеткой до потолка, пользуются стремянкой (при этом обязательно должна быть вторая горничная, страхующая первую от возможного падения). Нельзя при уборке становиться на спинку кровати, на стул или стол.

Окрашенные масляной краской с глянцевитой и матовой поверхностью стены моются теплой водой с небольшим количеством мыльного порошка. Чистую тряпку смачивают в этом растворе, отжимают, наматывают на щетку для подметания пола и протирают стену продольными движениями сверху вниз с равномерным нажимом. По мере загрязнения тряпку промывают. Нельзя делать тряпкой круговые или продольные движения, начинать и кончать мытьё в середине высоты, так как в этом случае после высыхания на стене остаются следы от неравномерно вымытой поверхности. Нельзя использовать для мытья стен хозяйственное мыло, так как содержащаяся в нем щелочь может растворить краску. При мытьё стен с глянцевитой поверхностью в раствор добавляют немного нашатырного спирта. Стены номеров, оклеенные поливинилацетатными и силикатными материалами, при генеральной уборке моют водой. Стены, обитые шелковым штофом или гобеленом, обрабатывают пылесосом, используя круглую щетку с длинным мягким ворсом, так же удаляют пыль с лепных украшений потолков.

Чистота оконных стекол также поддерживается горничными. Оконные рамы открываются во всех зданиях гостиниц вовнутрь, и поэтому горничная может протирать стекла, не нарушая правила техники безопасности. Для мытья стекол используют мел, мыло, моющие средства.

**Уборка мест общего пользования.** На этажах и в холлах, гостинных и комнатах отдыха прежде всего надо удалить пыль. Полы с искусственным ковровым покрытием, паркетные полы, мягкую мебель чистят пылесосом. Затем тряпкой горничная протирает плинтусы, подоконники, горшочки с цветами, радиаторные решетки. Ковровые дорожки чистят, а если полы будут натирать, то дорожки скатывают в рулоны и ставят в вертикальное положение. Складывать дорожки не рекомендуется.

В коридорах, поэтажных холлах обязательно протираются номерные знаки на дверях.

Периодически вытряхивается пепел из напольных и настольных пепельниц. Бутылки, банки, макулатура, грязное постельное белье складываются в специально отведенных на этажах местах (помещениях).

**Уборка комнат горничных.** Комнаты горничных предназначены для отдыха и принятия пищи. Они должны быть оборудованы по количеству работающих согласно требованиям, иметь индивидуальные шкафы для хранения верхней и специальной одежды, рабочей обуви (тапочек) горничных. Использование комнаты горничных для других целей (хранение грязного белья, уборочного инвентаря) запрещается.

Уборка комнат и индивидуальных шкафов производится горничными ежедневно. Они должны быть образцом чистоты и порядка. Убирают их горничные посменно.

**Уборка санитарных узлов общего пользования.** Прежде чем приступить к уборке, горничная обязана надеть темный халат, резиновый фартук, косынку, резиновую обувь, капролактановые или резиновые перчатки.

Уборку начинают с комнаты, где установлены умывальники. Сначала моют зеркала, потом стеклянную туалетную полочку, глазурованные плитки стен у каждого умывальника и пол. После этого проверяется работа светильников, электрополотенец, розеток для бритья, наличие мыла, индивидуальных салфеток. Вывешивать полотенца категорически запрещается.

Закончив с первой комнатой, переходят во вторую, где расположены писсуары и отдельные кабины. Писсуары тщательно промываются и протираются щеткой с горячей водой и пастой, чтобы на стенках не осталось налета и ржавчины, затем снова промываются горячей, а потом холодной водой с раствором хлорной извести. Применение при

уборочных работах раствора хлорной извести обезвреживает микроорганизмы и предохраняет от многих заболеваний.

Уборку санитарных кабин начинают с мытья стен и дверей. Они тщательно протираются сначала тряпкой, смоченной в мыльной воде, а затем тряпкой, смоченной в растворе хлорной извести. Начисто вытираются сухой тряпкой.

Очень тщательно моются унитазы. Внутренние стенки протираются пастой до удаления налета и загрязнений, потом промываются горячей, а затем холодной водой с раствором хлорной извести.

Ручки дверей санитарных кабин, поверхность и крышки унитазов, ручки для спуска воды также протираются раствором хлорной извести.

Категорически запрещено вывешивать на радиаторах в санузлах уборочный инвентарь для просушки.

#### 4.4. СОДЕРЖАНИЕ БЕЛЬЕВОГО ХОЗЯЙСТВА

**Мягкий инвентарь — белье.** Бельевое хозяйство является важной и сложной составляющей сервисного обслуживания отеля. Постельное белье и полотенца относятся к группе мягкого инвентаря и находятся на балансе отеля. Работники, работающие с бельем, являются материально ответственными лицами. К персоналу, работающему с постельным бельем в малом отеле, относятся следующие должностные лица:

- заведующий бельевым составом;
- заведующий бельевой;
- кастелянша;
- швея, штопальница;
- прачка, работник гладильных отделов;
- горничная.

Бельевое хозяйство отеля, как правило, сосредотачивается на складе чистого белья. Отделение для хранения постельного белья делится на «чистое» и «грязное». Размеры бельевых отделений зависят от числа койко-мест. Помещения для хранения белья должны иметь определенный интерьер: правильный подбор цвета стен, соответствующее покрытие пола, освещение и оборудование. Стены бельевых, плинтусы должны быть окрашены светлой масляной краской. Покрытие пола должно быть из керамической плитки, линолеума, пластика. Для хранения белья в «чистой» бельевой используются стеллажи, полки и шкафы, окрашенные такой же светлой краской, покрытые оргстеклом, пластиком для удобства и эффективности проведения уборочных работ. В «грязных» бельевых используются ящики из дерева, окрашенные светлой масляной краской, полиэтиленовые мешки для грязного белья.

Постельное белье и полотенца изготавливаются только из высококачественных экологически чистых и эстетически привлекательных тканей следующих видов: хлопчатобумажные (ситец, бязь), вискоза; лен; хлопок и синтетические волокна; шелк; махровые материи. Постельное белье должно соответствовать установленным нормам государственных стандартов и категории номера. Стандартные размеры постельного белья: пододеяльник — 215×143 см; простыня — 214×150 см; наволочка — 70×70 см; полотенце (банное) — 120×143 см.

Все передвижения белья (нового со склада в бельевые или грязного белья в прачечную) оформляются накладными. Если белье хранится в этажных бельевых, кастаньяншей, очередной горничной или дежурной при передаче смены заполняется журнал прихода и расхода белья (на каждом этаже).

При хранении и эксплуатации не допускается перемешивания белья, используемого в текущий период, с бельем, подлежащим замене, не пригодным к дальнейшему использованию. При порче или утере белья по вине гостя последний не вправе заменить белье своим собственным комплектом, ущерб возмещается денежной суммой, определенной прейскурантом.

Не допускается к использованию белье, имеющее следующие дефекты: пятна различных видов, не поддающиеся удалению или выведению; дыры различных размеров, не поддающиеся ремонту (штопка, заплаты, отстрочка по швам и т.д.); необработанные края.

Особенности ведения бельевого хозяйства на этаже определяется наличием или отсутствием дополнительной службы — прачечной. При ее наличии данный технологический цикл имеет замкнутый характер. Если собственной прачечной нет, разомкнутый технологический цикл дополняется технологическими операциями: доставка — отправление, разгрузка — погрузка, маркировка белья.

Кроме того технологический цикл зависит от категории гостиницы, наличия специального персонала, оснащенности помещений оборудованием и инвентарем для чистого и грязного белья (бельепровод и белье-подъемник, грузо-пассажирский лифты, тележки для перевозки белья).

**Санитарно-гигиенические средства.** В набор санитарно-гигиенических средств в гостиничном сервисе входят все предметы личной гигиены индивидуального пользования. Их перечень зависит от категории отеля. Итак, основной набор предметов личной гигиены таков:

- 1) туалетная бумага;
- 2) бумажные салфетки, полотенца;
- 3) жидкое мыло;

- 4) туалетное мыло;
- 5) шампунь, гель для волос;
- 6) лосьон для тела, гель для душа;
- 7) дорожный набор швейных средств (иглы, наперсток, пуговицы, нитки разного цвета и т.д.).

Санитарно-гигиенические средства поступают в отели централизованно и хранятся в комнатах для персонала, бытовых, инвентарных, этажных кладовых, в специальном отделении санитарного узла для персонала. На каждом предмете санитарно-гигиенических средств должен быть проставлен фирменный знак данного отеля. Расположение знака может быть разным, а сам знак может содержать в себе аббревиатуру первых букв, полное название отеля и т.д. Все предметы также должны быть по возможности выдержаны в одной цветовой гамме. На этаже их учет, распределение и раскладывание по номерам осуществляются горничной, а в санузлах общего пользования — уборщицей. Замена санитарно-гигиенических средств в номерах, санузлах индивидуального пользования осуществляется после каждого выезда гостя, а в малых гостиницах категории люкс — ежедневно (если шампунь или другие средства не использовались, их замена не осуществляется).

## **4.5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

### **4.5.1. Семинар на тему «Основные элементы и состав инженерно-технического оборудования предприятий гостиничного хозяйства»**

#### **Целевая установка и методические указания**

Современные гостиницы представляют собой технический комплекс, который оснащен сложным инженерно-техническим оборудованием, обеспечивающим высокий уровень комфорта и максимальные удобства. Поэтому существует объективная необходимость постоянного улучшения и совершенствования инженерного хозяйства.

#### **Вопросы семинарского занятия**

1. Силовое электроснабжение гостиниц. Требования к освещению номеров, коридоров, лифтов, лестниц. Особенности классификации в развивающихся странах: подходы, критерии, показатели.

2. Роль слаботочных устройств (телефон, устройства внутренней связи, телетайп (факс), пневматическая почта, радиофикация, сигнализация и др.) в управлении гостиничным предприятием и обслуживании клиентов.

3. Требования к водоснабжению, санитарному оборудованию, системе отопления и вентиляции, созданию искусственного климата в гостиничных комплексах.

4. Классификация специалистов гостиничного бизнеса по категориям, виду и назначению при организации работ по обеспечению чистоты в гостинице. Современные способы и методы уборки в гостиницах.

#### **Темы проблемных докладов**

1. Основные требования к размещению гостиниц в планировочной структуре больших, крупных и крупнейших городов.

2. Роль инженерно-технического оборудования в обеспечении высокого уровня комфорта и максимальных удобств современных гостиниц.

3. Особенности современных способов и методов уборки в предприятиях гостиничного хозяйства. Главные критерии оценки работы горничных.

#### **4.5.2. Практическое занятие на тему «Строительные нормы и правила как основа проектирования, возведения, приемки и эксплуатации гостиниц»**

##### **Исходный материал**

СНиП 10-01—94. «Система нормативных документов в строительстве. Основные положения».

##### **Вопросы для предварительного изучения**

1. Понятие об основных строительных нормах и правилах. Классификатор строительных норм и правил.

2. Основные показатели запроектированного здания гостиницы. Объемно-планировочные коэффициенты.

##### **Контрольные вопросы и задания**

1. Что понимается под силовым и слаботочным электроснабжением?
2. Каковы требования к проектам искусственного освещения гостиниц?
3. Расскажите об освещенности номеров гостиниц.
4. Каково назначение систем слаботочных устройств в гостиницах?
5. Из каких источников осуществляется водоснабжение городских и загородных гостиниц?
6. Что включает в себя система внутреннего водоснабжения?
7. Какие существуют системы горячего водоснабжения?
8. Как осуществляется водоотведение (канализация) в гостиницах?
9. Назовите основное санитарно-техническое оборудование зданий.

10. Какие бывают системы отопления по типу теплоносителя?
11. Как и при помощи чего осуществляется естественная вентиляция?
12. Что понимается под кондиционированием воздуха?
13. Изучите, что понимается под строительными нормами, как строится классификатор СНиП и каким целям служат строительные нормы и правила.
14. Назовите основные показатели запроектированного здания.
15. Назовите основные объемно-планировочные коэффициенты зданий и укажите, как вычисляется кубатура здания.

## Глава V

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

---

**Цель:** знать основные профессиональные и этические стандарты, требования, предъявляемые к работникам гостиничного предприятия.

**Ключевые слова и термины:** гостиничное предприятие, компетенция персонала, критерии оценки менеджеров и специалистов, профессионализм и этические требования, предъявляемые к работникам гостиниц.

### 5.1. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РАБОТНИКАМ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

В современном мире нельзя недооценивать важность человеческих ресурсов. Успешность любого бизнеса, без сомнения, зависит от правильного подбора персонала на предприятии, тем более если речь идет о предприятиях гостиничного типа. Человеческий фактор в индустрии гостеприимства играет ведущую роль и является важным ресурсом предприятия. Во взаимоотношениях между работником и клиентом факторами успеха были и продолжают оставаться: профессионализм в обслуживании, цена предоставляемой услуги и эргономика, т.е. удобство для гостя.

При подготовке и отборе персонала, контактирующего с потребителями гостиничных услуг — постояльцами отелей — особую значимость приобретают профессиональное владение технологиями делового общения, знание социальной психологии, этики, делового этикета. При определении профессиональных требований к работникам гостиничного предприятия необходимо исходить из организационной структуры отделов предприятия, которая представляет собой формы взаимосвязи его структурных элементов: подразделений, отделов и служб.

На гостиничном предприятии принято различать службы переднего (*front of the house*) и заднего (*back of the house*) планов. Работники служб переднего плана выполняют линейные функции и активно взаимодействуют с гостями; они непосредственно заняты производством услуг (обслуживанием). Это служба приема и размещения, служба горничных, служба ресторанов и баров, оздоровительный центр, бизнес-центр.



Служба приема и размещения (*Front office*) наиболее тесно контактирует и осуществляет взаимодействие с гостями на протяжении всего процесса обслуживания, начиная с момента первого обращения гостя в отель до момента его выписки. Эта служба реализует большое число важнейших функций, а ее персонал обычно составляет 10—15% всех работников гостиницы.

Работники служб заднего плана практически не контактируют с гостями напрямую и выполняют административные функции. К таким службам принято относить инженерные и технические службы, хозяйственную службу, бухгалтерию, отдел продаж и маркетинга, отдел кадров и др.

Современные условия жизни диктуют человеку свои правила. В-первых, в плане владения иностранными языками: если раньше иностранным языкам не придавали особого значения, то сейчас ситуация кардинально поменялась. Владение иностранными языками — одно из главных требований, которые сегодня к своему персоналу предъявляют многие гостиничные учреждения. Ни один из отелей, принадлежащий крупным сетевым компаниям международного уровня, не возьмет на работу в отдел продаж или службу размещения человека, не имеющего хотя бы среднего уровня владения определенными иностранными языками. Поскольку языком международного общения в мире является английский, то именно этим языком сегодня и должны владеть люди, работающие с постояльцами отелей. Некоторые гостиницы в зависимости от своей целевой аудитории могут потребовать от сотрудников знаний и других зарубежных языков. Для многих гостиниц фактор владения персоналом иностранными языками на недостаточном уровне чреват многими негативными последствиями. Языковой барьер между сотрудниками и постояльцами может привести к непониманию и потере клиентов.

Владельцы отелей в Таиланде опасаются, что из-за невысокого процента говорящих на русском языке гостиничных работников в стране тайские города и курорты могут потерять туристов из России.

Если вести переписку с потенциальными клиентами из зарубежных государств менеджер отеля может с помощью онлайн-переводчика, то при живом общении такого электронного переводчика нет.

Во-вторых, одним из актуальных вопросов, стоящих на сегодняшний день перед специалистами гостиничного бизнеса на всей территории России, является регистрация иностранных туристов. Службам размещения отелей известно, что согласно действующему законодательству

каждая гостиница в течение 24 ч обязана направить в УФМС России уведомление о постановке иностранного туриста на миграционный учет, а после его выезда передать данные о снятии его с миграционного учета. Регламент передачи сведений в УФМС России о прибытии и убытии иностранных граждан и лиц без гражданства подразумевает возможность направлять данные о регистрации, в том числе и электронным способом, минуя передачу документов курьером в территориальный пункт УФМС России или почтовым отправлением. Для отправки информации отельеры могут использовать специализированные электронные программы. Несмотря на то что такая передача данных в ФМС электронным способом с помощью специальных программ достаточно понятна и сами программы имеют интуитивно понятный интерфейс и четко очерченный функционал, от работников гостиниц требуются дополнительные знания.

В зависимости от уровня отеля и от поставленных руководством отеля задач, для каждого заведения гостиничного типа применяют свои стратегии; при этом существуют негласные правила подбора кадров, которых в той или иной степени придерживаются все предприятия гостиничного бизнеса.

Существуют основные группы стандартов, которые используются в практике деятельности международных отелей. Данные стандарты включают быстроту обслуживания, форму одежды, конфиденциальность информации, знание работы, терпение, ответственность и многое другое.

Всех сотрудников отеля с точки зрения квалификационных требований можно разделить на три большие группы:

- 1) руководящий состав (администрация отеля, начальники отделов, супервайзеры);
- 2) персонал, работающий с гостями (горничные, официанты, портье, швейцары);
- 3) поддерживающие отделы (техники, инженеры, стюарды, складские рабочие).

Компетенция персонала всех перечисленных групп имеет огромное значение и менеджмент отеля должен заботиться о том, чтобы персонал обладал необходимой квалификацией, а также знаниями и навыками для выполнения своих должностных обязанностей.

Согласно стандарту ГОСТ Р 54603—2011<sup>1</sup>, который устанавливает общие минимальные требования к обслуживающему персоналу средств

---

<sup>1</sup> ГОСТ Р 54603—2011 «Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу». М.: Стандартинформ, 2013.

размещения различных типов и категорий всех организационно-правовых форм и форм собственности, классификация обслуживающего персонала средств размещения выглядит следующим образом.

Обслуживающий персонал подразделяют на следующие группы в зависимости от принадлежности к службам, функционирующим в средствах размещения:

- персонал службы приема и размещения (фронт-офис, фронт-деск);
- персонал службы бронирования;
- персонал службы номерного фонда (обслуживания номерного фонда, эксплуатации, хозяйственного обеспечения и обслуживания/хаускипинга);
- персонал сервисной службы;
- персонал службы питания и напитков (*Food Services, Food & Beverage*, служба кейтеринга);
- персонал служб, оказывающих дополнительные и сопутствующие услуги (услуги по обеспечению безопасности и внутреннего контроля), физкультурно-оздоровительные, медицинские, услуги торговли, услуги бизнес-центров, услуги конференц-центров и т.п.).

Служба приема и размещения (фронт-офис, фронт-деск) включает в себя персонал следующих должностей: администратор, старший администратор, менеджер службы приема и размещения, менеджер (ассистент менеджера) по обслуживанию, специалист по размещению, дежурный по этажу, помощник дежурного по этажу, портье и т.п.

Служба бронирования включает в себя персонал следующих должностей: менеджер по бронированию, специалист по бронированию и т.п.

Служба номерного фонда (обслуживания номерного фонда, эксплуатации, хозяйственного обеспечения и обслуживания (хаускипинг) включает персонал следующих должностей: старшая горничная (супервайзер), горничная, уборщик служебных и общественных помещений и т.п.

Сервисная служба состоит из персонала следующих должностей: консьерж, швейцар (привратник, дормен), носильщик (подносчик багажа, беллбой, беллмен) и т.п.

Служба питания и напитков включает персонал следующих должностей: администратор зала (метрдотель), хостес, официант и (или) помощник официанта, бармен, сомелье, бариста, буфетчик, стюарт, кассир, повар, шеф-повар и т.п.

Службы, оказывающие дополнительные и сопутствующие услуги, включают персонал следующих должностей: работник службы без-

опасности (охранник, секьюрити, вахтер, контролер, сторож), тренер, инструктор по спорту, методист, продавец, парикмахер, специалист по маникюру, педикюру, косметолог, массажист, приемщик, оператор, кастелянша, гид, экскурсовод, гид-переводчик и другие.

Для оценки обслуживающего персонала выделяют основные и дополнительные критерии оценки.

Основными критериями оценки обслуживающего персонала в России, согласно ГОСТ Р 54603—2011, которые необходимо учитывать при подборе и расстановке кадров, назначениях и перемещениях, являются:

- уровень профессиональной подготовки и квалификация, в том числе теоретические знания, практические навыки и умения в соответствии с установленными требованиями;

- способность к обслуживанию и проявлению заботы о туристах (гостях);

- знание и соблюдение профессиональной этики;

- владение профессиональной терминологией согласно действующему законодательству и ГОСТ Р 53423—2009;

- знание и соблюдение трудового законодательства и законодательства об административных правонарушениях;

- знание и соблюдение должностных инструкций и правил внутреннего трудового распорядка;

- знание и соблюдение стандартов работы;

- знание и соблюдение корпоративной этики;

- владение правилами этикета при общении с туристами, гостями и коллегами;

- знание вопросов обеспечения безопасности жизни и здоровья туристов (гостей), сохранности их имущества и охраны окружающей среды в средствах размещения согласно ГОСТ Р 50644—2009 в пределах своих должностных обязанностей и умение применять их в практической деятельности;

- знание и соблюдение инструкций и правил поведения и работы в чрезвычайных ситуациях и умение оказывать помощь туристам и гостям в обычных и чрезвычайных ситуациях;

- знание и соблюдение требований производственной санитарии, правил личной гигиены и гигиены рабочего места;

- знание и соблюдение правил охраны труда и техники безопасности, требований пожарной безопасности.

Дополнительными критериями оценки менеджеров и специалистов являются:

- знание основ законодательства в сфере туризма и гостеприимства, иных нормативных правовых актов, касающихся профессиональной деятельности;
- знание основ научной организации труда;
- способность к организации обслуживания, руководству персоналом при организации обслуживания в средстве размещения;
- способность применения системы мотивации в службах;
- способность реализовывать и контролировать системы качества услуг и стимулирования персонала;
- способность управлять конфликтными ситуациями;
- умение правильно распределять обязанности и определять степень ответственности подчиненных;
- наличие навыков коммуникации;
- знание основ менеджмента и маркетинга гостиничных услуг.

Профессиональные стандарты для работников сферы гостиничного сервиса, крайне актуальны в современной организации гостиничной индустрии. Среди общих требований к обслуживающему персоналу также выделяют основные и дополнительные требования.

Перечислим основные требования к обслуживающему персоналу средств размещения. Итак, обслуживающий персонал средств размещения должен:

- иметь образование, профессиональную подготовку (переподготовку), опыт работы в соответствии с занимаемой должностью. Степень подготовки должна соответствовать уровню предоставляемых услуг и категории средства размещения. Например, согласно приказу Минздравсоцразвития России от № 220н<sup>1</sup> требованиями к квалификации на должности «Менеджер службы приема и размещения» являются: высшее профессиональное образование (гостиничное дело, менеджмент организаций туризма и гостиничного хозяйства, экономика и управление на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства) без предъявлений требований к стажу работы или среднее профессиональное образование по специальности «Гостиничный сервис» и стаж работы не менее двух лет;
- повышать квалификацию не реже, чем раз в два года (кроме линейного персонала). Администрацией средства размещения разрабатывается система мероприятий по совершенствованию знаний, повы-

<sup>1</sup> Приказ Минздравсоцразвития России от 12 марта 2012 г. № 220н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов, служащих», раздел «Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма» (зарегистрирован в Минюсте РФ 2 апреля 2012 г. № 23681).

**Дополнительные требования к обслуживающему персоналу различных служб  
(рекомендуемые)**

Наименование службы	Требования к обслуживающему персоналу службы	Возможные наименования должностей персонала службы
Служба приема и размещения (фронт-офис, фронт-деск)	<p>Персонал должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>правила регистрации туристов и паспортно-визового режима;</li> <li>правила межличностного общения и этикета;</li> <li>основы психологии;</li> <li>основы маркетинга и менеджмента;</li> <li>правила этикета при общении по телефону;</li> <li>телефоны срочного вызова служб экстренной помощи при чрезвычайных ситуациях;</li> <li>системы безопасности средств размещения;</li> <li>систему сейфового хранения ценностей туристов и систему депозитных ячеек;</li> <li>расположение всех служб и подразделений средства размещения;</li> <li>расположение номеров и нормативы оснащения номерного фонда и общественных помещений средств размещения;</li> <li>правила эксплуатации оборудования и приборов, установленных в средстве размещения и имеющих отношение к исполнению служебных обязанностей;</li> <li>типы и системы ключей от номеров;</li> <li>системы оплаты и процедуры расчета с туристами.</li> </ul> <p>Персонал должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>вести информационную базу службы приема и размещения;</li> <li>осуществлять работу по выезду, а также расчеты с туристами (текущие и при выезде);</li> <li>отслеживать баланс по депозиту за телефонную связь и другие платные услуги средства размещения;</li> <li>координировать работу персонала собственной и других служб по приему, размещению и сопровождению гостей (только для менеджеров);</li> </ul>	<p>администратор (старший администратор);</p> <p>менеджер службы приема и размещения;</p> <p>менеджер (ассистент менеджера по обслуживанию);</p> <p>специалист службы приема и размещения;</p> <p>дежурный по этажу (помощник дежурного по этажу);</p> <p>портье</p>

Наименование службы	Требования к обслуживаемому персоналу службы	Возможные наименования должностей персонала службы
	<p>применять современные средства коммуникаций и офисное оборудование, установленные на рабочем месте, пользоваться телефоном, факсом, персональным компьютером, владеть навыками работы с системами программного обеспечения и информационно-телекоммуникационной сетью Интернет; вести работу с почтой (корреспонденцией) и сообщениями;</p> <p>работать с претензиями туристов (гостей) и отвечать на их вопросы; контактировать с гостями на иностранном языке (по тематике службы)</p>	
Служба бронирования	<p>Персонал должен знать:</p> <p>правила и методы организации процесса обслуживания в средстве размещения; современные системы и технологии бронирования;</p> <p>основы организации труда и управления;</p> <p>правила этикета при общении по телефону;</p> <p>тарифы и прейскуранты цен на основные и дополнительные услуги средства размещения;</p> <p>режим работы всех служб и подразделений, оказывающих услуги туристам (гостям);</p> <p>правила межличностного общения;</p> <p>особенности работы с корпоративными клиентами (потребителями услуг).</p> <p>Персонал должен уметь:</p> <p>проводить работу по бизнес-планированию и продвижению услуг средств размещения;</p> <p>доводить до потенциальных потребителей информацию о предоставляемых услугах и их стоимости, принимать заказы и направлять их в соответствующие службы для исполнения;</p> <p>выполнять работу по бронированию номеров средства размещения и дополнительных услуг (питания, бизнес-услуг,</p>	менеджер по бронированию; специалист по бронированию

Наименование службы	Требования к обслуживающему персоналу службы	Возможные наименования должностей персонала службы
	<p>физкультурно-оздоровительных и др.); координировать и контролировать работу персонала служб средства размещения (только для менеджеров); применять на практике современные системы и технологии бронирования; рассматривать возникающие претензии потребителей, связанные с функцией бронирования и качества обслуживания, принимать по ним решения</p> <p>учитывать ограниченные физические возможности маломобильных групп населения при бронировании мест в средстве размещения;</p> <p>владеть существующими Интернет-технологиями по бронированию услуг, методами электронного маркетинга</p>	
<p>Служба номерного фонда/эксплуатации/обслуживания номерного фонда/хозяйственного обеспечения и обслуживания/хаускипинг</p>	<p>Персонал должен знать:</p> <p>правила содержания номеров и других помещений средства размещения;</p> <p>организационную структуру средства размещения, структуру службы номерного фонда;</p> <p>оборудование, приборы и материалы, применяемые в работе, правила их эксплуатации и применения;</p> <p>ассортимент и характеристики расходных (возобновляемых) материалов;</p> <p>характеристики применяемых моющих, чистящих и других химических веществ, в том числе инсектицидных препаратов;</p> <p>виды уборки номеров, служебных и общих помещений, а также нестандартные процедуры уборки;</p> <p>системы охранной сигнализации и правила работы с ними.</p> <p>Персонал должен уметь:</p> <p>осуществлять уборку номеров, служебных и общественных помещений в соответствии с утвержденными процедурами и стандартами работы;</p> <p>поддерживать в номерах необходимое санитарно-гигиеническое состояние</p>	<p>старшая горничная (супервайзер);</p> <p>горничная (горничный);</p> <p>уборщик служебных и общественных помещений</p>



Наименование службы	Требования к обслуживаемому персоналу службы	Возможные наименования должностей персонала службы
	<p>и уровень комфорта в жилых и общественных помещениях;</p> <p>осуществлять смену постельного белья и полотенец, пополнение необходимых запасов расходных материалов;</p> <p>оказывать бытовые услуги гостям (услуги стирки, химчистки, по ремонту одежды и др.);</p> <p>осуществлять контроль за качеством уборки номеров, общественных помещений</p>	
Сервисная служба	<p>Персонал должен знать:</p> <p>иностранный язык в пределах необходимого разговорного минимума и профессиональной терминологии;</p> <p>для средства размещения, имеющего категорию, иностранный язык (свободное владение) в соответствии с требованиями [3];</p> <p>планировку и оснащение средства размещения;</p> <p>организацию работы всех служб;</p> <p>правила и порядок бронирования номеров и резервирования услуг в средстве размещения, тарифы на предоставляемые услуги;</p> <p>формы работы с претензиями и жалобами гостей;</p> <p>системы охранной сигнализации и правила работы с ними.</p> <p>Персонал должен уметь:</p> <p>контролировать списки приезжающих туристов, выделяя категорию VIP, и обеспечивать данной информацией заинтересованные службы средства размещения;</p> <p>проводить проверку номеров, предназначенных для туристов, отнесенных к категории VIP;</p> <p>своевременно обеспечивать туристов информацией о средствах размещения, предоставляемых услугах, проводимых мероприятиях;</p>	консьерж; оператор телефонной службы

Наименование службы	Требования к обслуживающему персоналу службы	Возможные наименования должностей персонала службы
	<p>организовать работу с почтой и сообщениями и своевременную их доставку в номера;</p> <p>выполнять личные поручения проживающих туристов и гостей;</p> <p>оказывать помощь проживающим туристам в чрезвычайных ситуациях;</p> <p>выполнять кассовые операции, обеспечивая правильное ведение финансовых отчетных документов;</p> <p>выполнять заказы гостей на бронирование проездных авиа-, автобусных, круизных, железнодорожных билетов, а также билетов на развлекательные мероприятия;</p> <p>владеть информацией о достопримечательностях и событиях, происходящих в регионе, и предоставлять ее гостям;</p> <p>содействовать достижению и поддержанию высокого уровня обслуживания туристов (гостей) в средстве размещения</p>	
Сервисная служба	<p>Персонал должен знать:</p> <p>правила обслуживания туристов в средстве размещения;</p> <p>планировку и материально-техническое оснащение средства размещения;</p> <p>расположение номеров, служб и общественных помещений;</p> <p>правила межличностного общения и этикета;</p> <p>систему охранной сигнализации и правила работы с ней;</p> <p>телефоны срочного вызова служб экстренной помощи при чрезвычайных ситуациях.</p> <p>Персонал должен уметь:</p> <p>принимать и своевременно исполнять заказы и просьбы туристов (гостей) в соответствии с должностными обязанностями и стандартами работы;</p> <p>предоставлять помощь проживающим туристам в экстренных и чрезвычайных ситуациях</p>	швейцар (дор-мен); коридорный; гардеробщик; носильщик (подносчик багажа, беллмен, беллбой); посыльный

Наименование службы	Требования к обслуживающему персоналу службы	Возможные наименования должностей персонала службы
Служба питания и напитков ( <i>Food Services, Food &amp; Beverage</i> , служба кейтеринга)	Требования к работникам службы питания согласно ГОСТ Р 50935—2007	метрдотель (администратор зала); хостес; официант (помошник официанта); бармен; сомелье; бариста; буфетчик; кассир; повар; шеф-повар; стюарт
<b>Службы, оказывающие дополнительные и сопутствующие услуги</b>		
Фитнес-центр	Требования к персоналу фитнес-центров согласно ГОСТ Р 52493—2005 и стандартам организации	тренер; инструктор по спорту; методист
Объекты торговли	Требования к персоналу объектов торговли согласно ГОСТ Р 51305—2009 и стандартам организации	продавец; кассир
Парикмахерская, салон красоты, СПА-центр	Требования к персоналу парикмахерских согласно ГОСТ Р 51142—98 и стандартам организации Требования к персоналу СПА-центров в соответствии с действующим законодательством РФ и стандартами организации	парикмахер; специалист по маникюру, педикюру; косметолог; массажист
Прачечная, химчистка	Требования к персоналу прачечных и химчистки согласно ГОСТ Р 52058—2003, ГОСТ Р 51108—97 и стандартам организации	приемщик; оператор; кастелянша
Экскурсионная служба	Требования к персоналу экскурсионной службы согласно ГОСТ Р 54604—2011	гид; экскурсовод; гид-переводчик
Бизнес-центр, конференц-центр	Требования к персоналу бизнес-центров, конференц-центров в соответствии с действующим законодательством РФ и стандартами организации	менеджер; сотрудник; специалист

Наименование службы	Требования к обслуживающему персоналу службы	Возможные наименования должностей персонала службы
Служба безопасности (по обеспечению безопасности/внутреннего контроля)	Требования к персоналу в соответствии с действующим законодательством РФ в области безопасности и стандартами организации	работник службы безопасности (охранник, секьюрити, вахтер, контролер, сторож)

## 5.2. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Важнейшим ресурсом эффективного управления гостиничным предприятием является профессиональная этика его работников, которая приобретает особую актуальность в современных экономических условиях. При этом персонал службы приема и размещения осуществляет основное взаимодействие с клиентами и имеет самый длительный контакт с ними.

По принятой в индустрии гостеприимства оценке качества обслуживания и системы его поддержания, служба приема и размещения является основной точкой соприкосновения, по которой оценивается весь отель в целом. Негативные впечатления клиента от этой службы могут перерасти в отрицание отеля в дальнейшем. Нетактичный вопрос, неправильная с точки зрения клиента интонация могут вызвать его негативную реакцию гораздо большей силы, чем удовлетворение от того, что его просто хорошо обслужили.

Слово «этика» происходит от греч. *ethos*. Изначально под этим термином подразумевалось место совместного проживания, однако позднее Аристотель использовал его для обозначения особого класса человеческих качеств, душевных качеств. Этику с профессиональной точки зрения можно рассматривать как комплекс норм, правил поведения, которые направлены на регулирование человеческих взаимоотношений, выживание и развитие социума.

Профессиональная этика работников индустрии гостеприимства связана в первую очередь с культурой обслуживания. Работники гостиничного сектора индустрии туризма должны обладать целым спектром положительных качеств.

Деятельность гостиницы как предприятия всегда направлена на обслуживание отечественных и иностранных гостей. В связи с этим

уважительное отношение к любым культурным традициям и образу мышления, а также готовность к общению без предрассудков со всеми является неукоснительным правилом для персонала.

Целью обслуживающего персонала является создание открытой, дружелюбной атмосферы, поэтому, обращаясь к гостю по имени или фамилии, любой работник гостиницы сможет добиться расположения гостя.

Персонал службы приема, к которому относятся администраторы, портье, работники, ведущие расчеты с проживающими за услуги, как правило, состоит из женщин. Их работа связана с заполнением документов, ведением записей, однако не допускается встречать, приветствовать гостя сидя.

Высокая культура обслуживания и гостиничный этикет обязывают вести прием въезжающих стоя, таким образом выражается особое внимание к гостю. Вежливость администратора проявляется во внимании, умении выслушать, оказать услугу, дать необходимую справку. Невнимание к гостю, грубость и резкость в обращении — свидетельство невежества и низкой культуры. Проявлением вежливости является умение администратора гостиницы тактично закончить беседу с гостем, разрешив с ним все вопросы, и лишь после этого обратиться к другому ожидающему. Если этому другому человеку пришлось ждать какое-то время, следует извиниться за задержку. Поскольку часто у стойки (стола) администратора в крупных гостиницах может оказаться одновременно несколько посетителей, необходимо в таких случаях, чтобы другие работники службы незамедлительно оказывали внимание ожидающему гостю.



Рис. 5.1. Персонал службы приема

Служащие гостиницы должны придерживаться определенных принципов: моральной ответственности, постоянной сдержанности и самоконтроля, самокритики, принципа ответственности за всю репутацию коллектива.

Большое значение для соблюдения профессиональной этики имеет внешний вид работников гостиничного предприятия. Внешний вид персонала включает форменную одежду, значок с указанием должности, имени и фамилии. Очень важно соблюдать общую цветовую гамму в одежде, которая отражала бы специфику и рейтинг отеля. Форменная одежда метрдотеля должна иметь свои особенности и отличаться особой отделкой или включением в комплект фрака, смокинга.



Рис. 5.2. Внешний вид работников гостиничного предприятия

Требования к внешнему виду сотрудников (табл. 5.2) касаются одежды, обуви, украшений и т.д.

Таблица 5.2

**Требования к внешнему виду сотрудников гостиницы**

Женщины	Мужчины
<b>Одежда</b>	
Для сотрудниц, которые по должности не должны носить униформу, допустимы следующие виды одежды: деловой костюм; строгое платье; брюки, юбки, жилеты. Цвета: спокойные, неяркие. Длина юбки: до колен или не более, чем на 10 см выше колен. Длина мини и макси не допускается.	Для мужчин, которые по должности не обязаны носить униформу, обязательно ношение костюма и галстука. Ворот рубашки должен быть застегнут

## Женщины

Под пиджак надевается блуза, рубашка или трикотажный топ. Если пиджак отсутствует, рукав рубашки или платья должен быть достаточно длинным, как минимум немного выше локтя, длинные рукава должны быть застегнуты, а не закатаны



## Мужчины



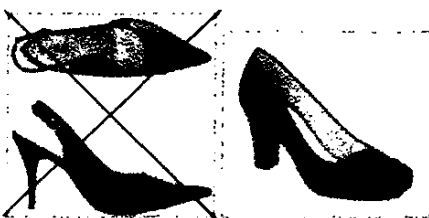
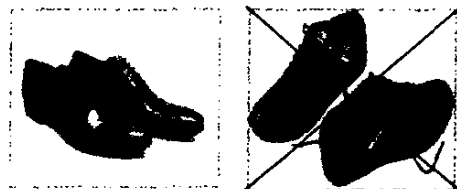
## Обувь

Закрытые туфли неяркого цвета классического стиля с устойчивым каблуком. Нельзя носить сандалии, босоножки и обувь с открытым носом.

В соответствии с требованиями техники безопасности в местах повышенной угрозы травматизма, например, в прачечной, на кухне, в ресторанах и любых других местах, где пол покрыт гладкой плиткой, следует носить обувь, предохраняющую от несчастных случаев. Эта обувь имеет специальную нескользящую подошву. Обувь на высоком каблуке, каблуке-шпильке в таких местах неприемлема. Для сотрудников, использующих сабо в качестве рабочей обуви (сотрудники кухни или хаускипинга, например), ношение носков обязательно

Темные ботинки классического стиля, без металлических украшений, а также темные однотонные носки. Обувь должна быть чистой, в идеальном состоянии, хорошо начищенной.

Для сотрудников, использующих сабо в качестве рабочей обуви (сотрудники кухни или хаускипинга, например), ношение носков обязательно

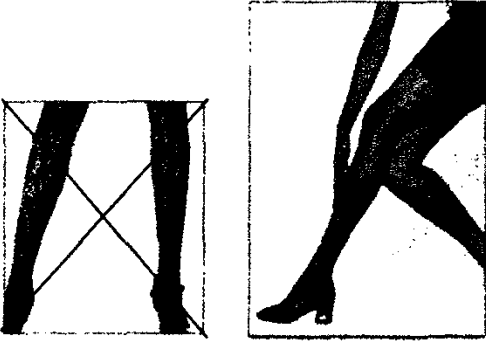


Женщины

Мужчины

## Чулки

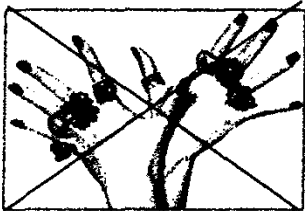
Чулки (эластичные колготы) должны быть телесного цвета, не слишком плотные, без рисунка или швов, чулки и колготы в сетку недопустимы



## Украшения

Только простого, консервативного стиля:

- часы;
- неброские серьги;
- не более двух колец;
- прочие некрупные и не очень экстравагантные украшения



Допускаются только обручальное кольцо (или другое неброское кольцо) и часы. Серьги носить запрещается

## Ногти

Не допускаются ногти длиной более 0,5 см, а также маникюр с использованием стразов и аппликаций. Лак должен быть неярким, сочетаться по цвету с косметикой и одеждой. Яркие цвета недопустимы. Сотрудники, связанные с продуктами питания, не должны пользоваться лаком для ногтей

Руки должны быть всегда чистыми. Ногти должны быть коротко и аккуратно подстрижены





Женщины	Мужчины
<b>Прическа</b>	
<p>Волосы должны быть чистыми и хорошо ухоженными. Цвет волос должен быть естественным, а прическа не должна быть чересчур экстравагантной.</p> <p>Если волосы ниже плеч, они должны быть заколоты или завязаны сзади. Заколки, используемые для волос, должны быть неброскими.</p> <p>Все сотрудники, имеющие дело с продуктами питания, должны иметь коротко подстриженные волосы или убирать их таким образом, чтобы они не были длиннее воротника формы</p>	<p>Волосы должны быть аккуратно причесаны и подстрижены так, чтобы они не касались воротника.</p> <p>Неприемлемы слишком длинные волосы, прически «хвост» и «косичка»</p>
<b>Макияж и парфюм</b>	
<p>Макияж должен быть умеренным и выглядеть естественно.</p> <p>Не допускается использование духов и туалетной воды с резким запахом.</p> <p>Необходимо пользоваться дезодорантами, ежедневно принимать душ</p>	<p>Лицо должно быть всегда чисто выбритым.</p> <p>Не допускается использование лосьонов или одеколонов с резким запахом.</p> <p>Необходимо пользоваться дезодорантами, ежедневно принимать душ</p>

Также работники сферы гостиничного бизнеса должны обладать целым набором положительных качеств (рис. 5.3).

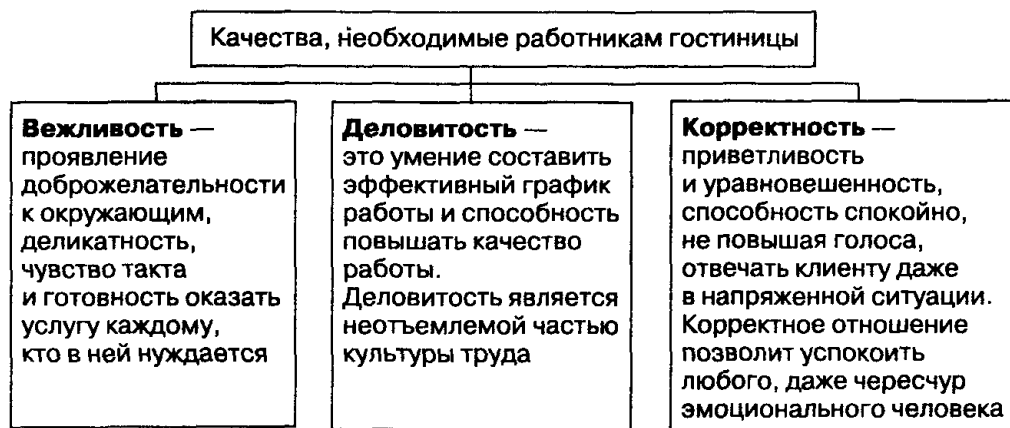


Рис. 5.3. Качества, предъявляемые к работникам гостиничного предприятия

Кроме того работники гостиницы должны быть сознательны, т.е. осознанно совершать действия и иметь навыки добросовестного выполнения своих обязанностей, честными и организованными, быть

верными принятым обязательствам, убежденными в правоте своего дела, искренними перед другими и самим собой. Важный залог повышения культуры труда — заинтересованность персонала в своей работе.

Умение быть незаметными, не показывать свое плохое настроение или необыкновенную занятость является лучшим выражением тактичности персонала. Кроме того нельзя делать замечания или давать распоряжения подчиненным в присутствии посторонних. Существенным элементом профессиональной этики является умение понять психологию гостя.

Вежливость в гостинице предполагает и предупредительность. Горничная на этаже, не дожидаясь просьбы, поможет престарелому или инвалиду, уделит им больше внимания. Если в гостинице по техническим причинам будет отключена вода или отопление, то она заранее предупредит гостей словесно или через объявление об отсутствии воды на определенный срок. Информирование гостей о практическом решении администрацией гостиницы создавшихся неудобств — обязательно. Например, проживающий может быть переведен в другой номер (где есть вода), либо до устранения повреждений вода будет ему доставляться в номер персоналом гостиницы в предусмотренных для таких случаев емкостях.

Действия, не допустимые для работника гостиничного предприятия:

- демонстрация своего отношения к гостю, каким бы оно ни было;
- чтение гостю нравоучений;
- выражение заинтересованности личной жизнью гостя;
- вмешательство в разговоры гостей;
- высказывание своего мнения без соответствующего предложения гостя;
- ведение разговоров с гостями по вопросам политики и вероисповедания;
- выяснение отношений с коллегами по работе в присутствии гостей;
- выказывание неодобрения нетрезвому гостю;
- ведение разговоров с коллегой, когда гость ждет.

Важное значение имеет забота о порядке, тишине, соблюдении правил, установленных в гостинице. Работник гостиницы должен уметь в вежливой форме предупредить гостя о недопустимости нарушения порядка, пресечь различные проявления таких нарушений. Уезжая из гостиницы, гости прощаются с персоналом, благодарят за гостеприимство, желают всего доброго. Работники в свою очередь обязаны поблагодарить гостя за посещение их гостиницы, пожелать ему доброго пути, выразить надежду на то, что клиент выберет этот отель в свой следующий приезд.

Таким образом, соблюдение профессиональной этики оказывает благотворное влияние на эффективность деятельности гостиничного предприятия и на его рейтинг.

Итак, профессиональными этическими нормами поведения обслуживающего персонала средств размещения должны быть гостеприимность, вежливость, тактичность, коммуникабельность, доброжелательность, терпение, сдержанность, внимательность, корректность и предупредительность в отношениях с туристами, гостями и сотрудниками. При обслуживании недопустимо применение грубого, агрессивного стиля поведения, использование ненормативной лексики, акцентирование внимания на расовой, национальной, религиозной принадлежности туристов и иные формы поведения, оскорбляющие личность и достоинство человека.

### **5.3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

#### **5.3.1. Семинар на тему: «Профессиональные требования и профессиональная этика работников предприятий гостиничного хозяйства»**

##### **Целевая установка и методические указания**

Успех любого предприятия во многом зависит от правильного подбора персонала. Данное утверждение в полной мере относится к системе гостиничного бизнеса. В зависимости от уровня отеля и от поставленных руководством отеля задач, для каждого заведения гостиничного типа применяют свои стратегии; при этом существуют негласные правила подбора кадров, которых в той или иной степени придерживаются все предприятия гостиничного бизнеса.

##### **Темы семинарского занятия**

1. Организационная структура гостиничного предприятия.
2. Классификация обслуживающего персонала гостиницы.
3. Профессиональные требования, предъявляемые к работникам гостиничного предприятия.
4. Понятие профессиональной этики в индустрии гостеприимства.
5. Этические нормы работников гостиниц.

##### **Темы проблемных докладов**

1. Квалификационные требования, личностные характеристики и качества работников гостиничного предприятия.

2. Рабочие характеристики должностей и структура должностных обязанностей руководителей подразделений гостиниц.

3. Критерии подбора персонала для работы в гостиничном бизнесе за рубежом.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Классифицируйте основные профессиональные требования, предъявляемые к работникам гостиничного предприятия.
2. Какие дополнительные требования предъявляются к обслуживающему персоналу различных служб?
3. На какие группы с точки зрения квалификационных требований делятся сотрудники гостиницы?
4. Дайте определение этики.
5. Какими качествами должен обладать работник гостиничного предприятия?
6. Сформулируйте основные критерии оценки обслуживающего персонала.
7. В чем проявляется вежливость персонала гостиницы?
8. Каковы требования к обслуживающему персоналу сервисной службы?
9. В чем состоит залог успешной работы гостиничного предприятия?
10. Чего не должен делать работник гостиничного предприятия?
11. Каковы требования к обслуживающему персоналу службы эксплуатации номерного фонда?

**Американский завтрак** — разновидность английского завтрака, т. е. полный завтрак, который обычно включает в себя фруктовый сок, кофе или чай с джемом, тосты, масло и горячее блюдо (овсяную кашу, яичницу с ветчиной и др.).

**Английский завтрак** — набор блюд, который включает в себя, в отличие от легкого континентального завтрака, полный набор блюд, предлагаемых путешественникам в утренний период в отелях, ресторанах, кафе; обычно состоит из фруктового сока, чая или кофе, булочки с маслом, джема, гренок и горячего блюда (овсяной каши, бекона, яичницы, сосисок).

**Аннуляционные сроки** — количество календарных дней до даты заезда, при соблюдении которых аннуляции считаются своевременными.

**Аннуляционный штраф** — сумма, выплачиваемая туроператором средству размещения в случае нарушения аннуляционных сроков (незаезда или поздней аннуляции).

**Аннуляция** — отмена туристской поездки или объявление какого-либо договора недействительным, а также письменный отказ от использования забронированных туристских, гостиничных и транспортных услуг.

**Апартамент** — номер в средстве размещения площадью не менее 40 м<sup>2</sup>, состоящий из двух и более жилых комнат (гостиной/столовой, спальни), имеющий кухонное оборудование.

**Апартамент-люкс** — гостиничный номер повышенной комфортности, который может состоять из нескольких отдельных или смежных комнат; имеется, как правило, в гостиницах высшего разряда.

**Апарт-отель** — отель, в котором номерной фонд состоит преимущественно из апартаментов с небольшой кухней; цена на квартиры в апарт-отелях не зависит от числа проживающих там гостей; класс отелей в системе Шведской ассоциации отелей.

**Апгрейд** — предоставление услуги размещения (номера) с повышением категории без взимания с туриста дополнительной платы.

**Безвозвратное квотирование** — совокупность обязательств туроператора и средства размещения, при которых средство размещения передает туроператору право на реализацию квоты на весь период действия договора; при этом туроператор оплачивает полную стоимость квоты независимо от фактического количества размещенных турагентов, а объект размещения обязуется предоставить полный комплекс оговоренных в договоре услуг, без права остановки продажи.

**Бермудский план** — гостиничный тариф, включающий в себя стоимость размещения и полного (английского) завтрака.

**Бизнес-отель** — гостиница, специализирующаяся на обслуживании деловых людей и предпринимателей и предоставляющая им максимальные удобства для профессиональной деятельности: проведения семинаров, переговоров и т.д.

**Ботель** — разновидность гостиницы для обслуживания туристов, путешествующих по воде на лодках, катерах, яхтах, которая сооружается на берегу незамерзающего водоема и оснащается устройствами для технического обслуживания личных туристских судов, помещениями для хранения маломерных лодок и катеров.

**Бронирование** — предварительное резервирование (закрепление) за определенным пассажиром (туристом) мест в гостиницах или на транспортных средствах, билетов в культурно-зрелищные учреждения на определенную дату.

**Бронирование гостиничных услуг на договорных условиях** — вид долгосрочного сотрудничества и партнерских отношений средства размещения с туроператорами, турагентами, корпоративными клиентами на основе заключения взаимовыгодных договоров, связанные с такими понятиями, как «продажа по запросу» и «свободная продажа».

**Бунгало** — легкая отдельная загородная постройка с верандами, часто используемая в тропических и южных странах для размещения туристов.

**Бюро обслуживания** — гостиничная служба, предоставляющая разнообразные информационные сервисные услуги, совершающая необходимые клиентам валютно-финансовые операции, обеспечивающая его транспортными билетами и билетами для посещения культурно-зрелищных мероприятий, организующая необходимую медицинскую помощь.

**Вид на море, горы, сад** — определенное расположение номера, при котором из его окна или с балкона открывается вид, который может рассматриваться сторонами договора как существенное свойство номера или группы номеров, выделяющих его из прочих, требующее конкретного указания при бронировании и в некоторых случаях дополнительно оплачиваемое.

**Возвратное квотирование** — передача средством размещения туроператору права на реализацию в течение определенного периода времени (периода квотирования) квоты для размещения туристов — клиентов туроператора.

**Время освобождения номера** — время (местное), не позднее которого турист должен освободить номер в день отъезда.

**Время предоставления номера** — время заселения туриста в номер (местное) в день заезда.

**Все включено** (*all inclusive*) — система обслуживания в гостиницах (отелях, пансионатах и т.д.), при которой питание, напитки (чаще всего местного производства) и отдельные виды гостиничных услуг (например, посещение определенного бара или кегельбана и т.д.) не требуют дополнительной оплаты.

**Встреча-проводы** — комплекс услуг (транспортные услуги, услуги носильщика, переводчика), предоставляемых туристам при их доставке из аэро- или морского порта, с железнодорожного вокзала или автобусной станции в гостиницу и обратно.

**Гарантированное бронирование** — вид прямого бронирования, при котором средство размещения предоставляет клиенту номер до расчетного часа дня, следующего за днем запланированного заезда. При этом применение штрафных санкций зависит от формы оплаты заказа. В случае поздней аннуляции поездки или незаезда штрафные санкции, как правило, равны стоимости одного дня пребывания (ночевки).

**Гарни-отель** — гостиница, в которой предоставляется только размещение в номерах, а ресторан отсутствует.

**Гостеприимство** — важнейшее потребительское качество туристского продукта и туристских услуг, предоставляющее возможность клиенту убедиться в том, что ему рады, его уважают. В этом случае его обслуживание ведется по принципам «все для клиента», «клиент всегда прав».

**Гостиница** — 1) имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг; 2) предприятие, предназначенное для временного проживания; 3) основное предприятие индустрии гостеприимства, целью деятельности которого являются прием, обслуживание, обеспечение отдыха и питания посетителей; 4) коллективное средство размещения, состоящее из определенного количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее набор услуг (минимум — заправку постелей, уборку номера и санузда) и сгруппированное в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров; 4) юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющий на праве собственности, условиях аренды или ином законном основании имущественный комплекс (недвижимое имущество), находящийся под единым управлением (руководством), с числом номеров не менее десяти, и предназначенный для предоставления гражданам услуг гостиниц и аналогичных мест проживания.

**Гостиничная деятельность** — деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, обладающих или наделенных в установленном порядке имущественными правами на какое-либо коллективное средство размещения по непосредственному распоряжению и управлению им, для предоставления услуг размещения и обслуживания граждан, а также иная деятельность по организации и оказанию гостиничных услуг, включая их реализацию.

**Гостиничная индустрия** — вид экономической деятельности, который включает предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, отелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и т.д.

**Гостиничный бизнес** — вид предпринимательской деятельности, развивающийся в области индустрии гостеприимства и направленный на обеспечение туристов и путешественников жильем, питанием, а также решение вопросов бытового обслуживания и организацию проведения досуга.

**Гостиничный каталог** — официальное информационно-справочное издание, как правило, туроператора, содержащее перечень и виды гостиниц-контрагентов, а также их формализованное описание, включая адрес, телефоны и системы бронирования, перечень услуг, предоставляемых гостиницей и др.

**Групповые тарифы** — цены-нетто для размещения групп туристов с одинаковой программой пребывания. Цены-нетто формируются из официально опубликованной цены с групповой скидкой, как правило, без комиссии.

**День заезда** — дата прибытия туриста в средство размещения.

**День отъезда** — дата выезда туриста из средства размещения.

**Дорожный чек** — 1) банковское платежное средство, которое может быть обменено на наличные деньги в той валюте, в которой оно выписано, или на эквивалентную сумму в иностранной валюте по действующему на данной территории курсу; 2) специальный денежный документ, продаваемый банком туристу, содержащий письменное распоряжение гарантировать платеж при расчетах за туристское обслуживание и другие услуги взамен наличных.

**Европейский план** — гостиничный тариф, включающий исключительно стоимость размещения (без учета стоимости питания).

**Единовременная вместимость** — общее количество мест (койко-мест, постоянных кроватей) в гостиничном предприятии или специализированном средстве размещения.

**Заказ (резервирование)** — одноразовый акт бронирования определенных услуг на определенные сроки для определенных туристов.

**Заявка на бронирование** — письменное поручение покупателя продавцу туристского продукта, транспортной или гостиничной услуги на бронирование конкретного обслуживания, которое должно содержать информацию о заказываемой услуге, то есть о виде и классе обслуживании и его конкретных сроках.

**Знак категории гостиницы и другого средства размещения** — форма доведения до потребителей и других заинтересованных сторон информации об аттестации гостиницы и другого средства размещения на соответствие определенной категории. Графически знак категории гостиницы и другого средства размещения представляет собой совокупность от одной до пяти пятиконечных звезд правильной формы произвольного размера.

**Индустрия гостеприимства** — система современных производств, предприятий, сервисных учреждений и организаций, специализирующихся на обслуживании приезжающих в данную местность на сравнительно короткий период времени людей с целями отдыха, деловых встреч или с личными целями.

**Индустрия питания** — система современных производств, торговых фирм, крупных центров и небольших пунктов обслуживания, связанных с созданием и переработкой продовольственной продукции, ее расфасовкой и продажей через торговую сеть, с приготовлением пищевых полуфабрикатов, требующих дальнейшей обработки, а также с приготовлением пищи и ее употреблением.

**Каталог специализированных средств размещения** — официальное информационно-справочное издание, содержащее мало формализованное описание санаториев, санаториев-профилакториев, пансионатов с лечением и других специализированных средств размещения в России и за рубежом, а также услуг, предоставляемых ими (в том числе лечение заболеваний, оздоровительные услуги и т.д.).

**Категория гостиницы** — классификационная группировка, характеризующаяся определенным комплексом требований; классификация гостиниц по катего-



риям, основанная на комплексе требований к зданиям, материально-техническому оборудованию гостиниц, номенклатуре и качеству предоставляемых услуг, уровню обслуживания. Категории обозначаются символами \* — звезда. Количество звезд увеличивается в соответствии с повышением уровня качества обслуживания, комфортностью помещений и самого здания.

**Классификация средства размещения** — процедура, проводимая на добровольной основе и включающая осуществление оценки соответствия средства размещения требованиям, установленным в системе, и аттестацию его на соответствующую категорию.

**Клиент гостиницы** — индивидуал или юридическое лицо, заключившее договор на размещение в гостинице и несущее ответственность за оплату этого размещения.

**Кодекс отношений между гостиницами и туроператорами** — международный нормативный документ, представляющий собой гостиничную конвенцию об основополагающих принципах взаимоотношений между туроператорами и гостиницами, выступающими в качестве контрагентов, при заключении международных гостиничных договоров на размещение туристов.

**Континентальный завтрак** — стандартный набор блюд в утреннем меню, предлагаемом туристам в отелях, ресторанах, кафе. В отличие от английского завтрака, континентальный — более легкий по своему составу. Обычно он состоит из кофе или чая, булочки, масла и джема; в странах Северной Европы он может быть дополнен сыром, холодным мясом или рыбой.

**Корпоративные тарифы** — цены на гостиничные услуги, предлагаемые коллективным заказчиком, не осуществляющим туроператорскую и турагентскую деятельность, и выражающиеся численно в виде процентных скидок от опубликованных тарифов.

**Курортная гостиница** — вид гостиницы, специализирующейся на приеме и обслуживании туристов, прибывающих в курортные места в целях отдыха и рекреации.

**Международные гостиничные правила** — нормативный документ, разработанный Международной гостиничной ассоциацией (МГА), в котором определены принципы взаимоотношений потребителя гостиничной услуги (туриста) и гостиницы, их взаимные права и обязанности, вытекающие из договора на размещение.

**Модифицированный американский план** — гостиничный тариф, включающий стоимость размещения и двухразового питания (завтрак и обед или завтрак и ужин).

**Мотель** — гостиница для туристов, путешествующих на наземных видах транспорта (автотуристов), расположенная в непосредственной близости от автострады. Как правило, оборудована гаражом (автостоянкой), станцией технического обслуживания, автозаправочной станцией и другими службами, необходимыми автотуристам.

**Негарантированное бронирование** — вид прямого бронирования, при котором средство размещения предоставляет клиенту номер до 18.00 ч дня заезда, после чего бронь аннулируется без применения штрафных санкций.

**Незаезд** — фактическое неприбытие туриста в средство размещения в запланированный день заезда или аннуляция заказа, сделанная менее чем за 24 ч до даты заезда, указанной в заказе.

**Номер люкс** — номер в средстве размещения площадью не менее 35 м<sup>2</sup>, состоящий из двух жилых комнат (гостиной и спальни), рассчитанный на проживание одного-двух человек.

**Номер первой категории** — номер в средстве размещения, состоящий из одной жилой комнаты с одной/двумя кроватями, с полным санузлом (ванна/душ, умывальник, унитаз), рассчитанный на проживание одного-двух человек.

**Номер второй категории** — номер в средстве размещения, состоящий из одной жилой комнаты с одной-двумя кроватями, с неполным санузлом (умывальник, унитаз, либо один полный санузел в блоке из двух номеров), рассчитанный на проживание одного/двух человек.

**Номер третьей категории** — номер в средстве размещения, состоящий из одной жилой комнаты с количеством кроватей по числу проживающих, с неполным санузлом (умывальник, унитаз, либо один полный санузел в блоке из двух номеров), рассчитанный на проживание нескольких человек, с площадью из расчета 6 м<sup>2</sup> на одного проживающего в здании круглогодичного функционирования, 4,5 м<sup>2</sup> в зданиях сезонного функционирования.

**Номер четвертой категории** — номер в средстве размещения, состоящий из одной жилой комнаты с количеством кроватей по числу проживающих, умывальником, рассчитанный на проживание нескольких человек, площадью из расчета 6 м<sup>2</sup> на одного проживающего в зданиях круглогодичного функционирования, 4,5 м<sup>2</sup> в зданиях сезонного функционирования.

**Номер пятой категории** — номер в средстве размещения, состоящий из одной жилой комнаты с количеством кроватей по числу проживающих, без умывальника (умывальник в коридоре), рассчитанный на проживание нескольких человек, с площадью из расчета 6 м<sup>2</sup> на одного проживающего в зданиях круглогодичного функционирования, 4,5 м<sup>2</sup> в зданиях сезонного функционирования.

**Номерной фонд** — общее количество номеров в гостиничном предприятии.

**Оплата по факту оказания услуг** — порядок оплаты, при котором туроператор в течение определенного срока после подтверждения средством размещения факта оказания услуг в полном объеме оплачивает оказанные услуги. При этом факт оказания услуг подтверждается предъявленным средством размещения туроператору счета, туристского ваучера и других документов, определенных договором.

**Опубликованные тарифы** — официально опубликованные для клиентов справочные цены, цены розничной продажи гостиничных услуг; цены у стойки, как правило, являются максимально высокими.

**Основные гостиничные услуги** — услуги, обычно (стандартно) предоставляемые туристу коллективным средством размещения, определяемые обязательными для объекта размещения нормативными правовыми актами и (или) его локальными актами и утвержденные договором, оплачиваемые туристом при заключении договора о реализации туристского продукта.

**Остаток квоты** — номера квоты, нереализованные туроператором (турагентом) к моменту объявления остановки продажи. При этом туроператор обязан забронировать в течение 24 ч с момента объявления остановки продажи все реализованные и незабронированные номера, а средство размещения обязано в безусловном порядке подтвердить бронирование.

**Отель** — традиционный тип гостиничного учреждения высокого разряда, имеющего все условия для комфортабельного размещения туристов.

**Отель-клуб** — небольшая закрытая гостиница высокого разряда, наиболее часто располагающаяся в загородной зоне.

**Пансион** — небольшая (не более 12 номеров), как правило, частная гостиница, в которой обслуживание гостей производится непосредственно его владельцем или нанятой владельцем семьей, которая обычно проживает в этом же здании.

**Паспорт средства размещения** — декларативный документ, содержащий точное описание местоположения, материально-технической базы и перечня услуг, предоставляемых клиенту в средстве размещения.

**Период остановки продажи** — период времени, за который нереализованный остаток квоты туроператора (турагента) изымается средством размещения.

**Подтверждение заказа** — официальный ответ средства размещения о согласии принять и исполнить заказ.

**Полный (или частичный) аванс** — порядок оплаты, при котором туроператор перечисляет на счет средства размещения авансовый платеж за услуги, которые будут оказаны клиентам туроператором после получения аванса; аванс может составлять полную (полный аванс) или неполную (частичный аванс) стоимость услуг, подлежащих оказанию.

**Полный пансион** — вид комплексного обслуживания, включающий встречу и проводы, размещение в гостинице и трехразовое питание.

**Полупансион** — вид комплексного обслуживания, включающий встречу и проводы, размещение в гостинице и двухразовое питание (завтрак и обед или завтрак и ужин).

**Порядок оплаты за заказ** — порядок расчетов, производимых туроператором со средством размещения, который включает полный или частичный авансовый платеж (предоплату); при этом окончательный расчет за предоставленные услуги производится по факту оказания данных услуг.

**Правила предоставления гостиничных услуг** — нормативный документ, устанавливающий объем информации, доводимой до туриста, о гостиничных услугах, порядке оформления проживания в гостинице (заключение договорных отношений на бронирование и предоставление услуг, включая их оплату); порядок предоставления услуг (включая услуги без дополнительной оплаты), а также ответственность исполнителя и потребителя за предоставление услуг.

**Продажа услуг средства размещения по запросу** означает, что после каждой заявки клиента в средство размещения направляется запрос туроператора. Подтверждение или отказ от заявки должны быть направлены туроператору в течение 24 ч.

**Прямое бронирование** — бронирование без посредников.

**Расчетный час** — момент начала (окончания) суток (обычно 12.00 ч по полудни), до наступления которого клиент гостиницы обязан освободить номер либо оплатить полностью или частично следующие сутки пребывания.

**Релиз-дата** — день возврата туроператором (турагентом) средству размещения непроданных (незарезервированных) номеров, отстоящий от фактической даты на продолжительность релиз-периода.

**Релиз-период (период высвобождения)** — период времени, в течение которого происходит высвобождение номеров из квоты.

**Ресепшн** — общий зал, либо комната, либо стойка, расположенная в помещении гостиницы, предназначенная для приема, регистрации и оформления постояльцев и гостей, а также нахождения дежурных-портье, осуществляющих прием и выдачу ключей от номеров постояльцев (туристов) и выполнения различного вида поручений постояльцев и гостей гостиницы.

**Ресторан** — тип предприятия общественного питания, где осуществляется изготовление, реализация и организация потребления широкого ассортимента блюд и изделий сложного приготовления всех основных групп из различных продуктов, а также винно-водочных изделий.

**Ротель** — «гостиница на колесах», передвижная гостиница с ограниченным набором услуг, которая располагается чаще всего в вагоне с одно- или двухместными номерами — спальными отсеками, оборудованными также помещениями для переодевания, общей кухней и общим туалетом.

**Свободная продажа услуг средств размещения** — предоставление средством размещения своим партнерам (туроператорам, турагентам и др.) права самостоятельно подтверждать их клиентам бронирование мест в средстве размещения, с одновременным уведомлением последнего о произведенном бронировании.

**Семейный план** — система скидок со стоимости размещения, предоставляемых в некоторых странах гостиницами членам одной семьи, путешествующим вместе.

**Сервис-характеристика средства размещения** — стандартизированный перечень услуг и материально-технических средств для их оказания, который содержится в паспорте средства размещения и используется при его продвижении.

**Сервис** — характеристика средства размещения публикуется в официальном туроператорском каталоге (каталоге маршрутов).

**Сертификация туристских услуг и услуг гостиниц** — подтверждение уполномоченным на то органом соответствия реализуемых туристских услуг и услуг гостиниц требованиям безопасности жизни и здоровья туристов, сохранности их имущества, а также защиты окружающей среды, законодательных и нормативных документов обслуживания путешественников, принятых в стране пребывания.

**Сертификация туристских услуг и услуг гостиниц добровольная** — подтверждение по инициативе изготовителя или продавца туристских услуг и услуг гостиниц уполномоченным на то органом уровня качества предоставляемых услуг требованиям стандартов (нормативных документов) обслуживания.

**Система «Фортуна»** — продажа пакета туруслуг со скидкой, предоставляемой туристу за добровольное согласие на размещение без указания конкретной

гостиницы; в какой именно гостинице будет произведено размещение, туристу становится известно непосредственно по прибытии на место отдыха; при этом турфирмой гарантируется размещение в гостинице определенной категории.

**Служба досуга** — служба современного отеля, в обязанности которой входят поддержание в надлежащем состоянии всех спортивных площадок, сооружений и центров, оказание инструкторской и тренерской поддержки.

**Специализированные средства размещения** — санаторно-курортные (лечебно-профилактические) организации, организации отдыха и туризма. В их числе — санатории и пансионаты с лечением, санатории-профилактории, дома отдыха, пансионаты, базы и другие организации отдыха, туристские базы.

**Средства размещения** — 1) предприятия различных организационно-правовых форм и индивидуальные предприниматели, занимающиеся временным размещением туристов и имеющие не менее пяти номеров. К средствам размещения относятся гостиницы, мотели, молодежные гостиницы (хостелы), дома отдыха, пансионаты, гостиницы с оказанием лечебно-оздоровительных услуг; 2) помещения, имеющие не менее пяти номеров и используемые организациями различных организационно — правовых форм и индивидуальными предпринимателями для временного проживания туристов; номер в средстве размещения — одна или несколько комнат с мебелью, оборудованием и инвентарем, необходимыми для временного проживания туристов.

**Стандартизация** — деятельность по установлению норм правил и характеристик в целях обеспечения: безопасности продукции, работ и услуг для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества; качества продукции, работ и услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и технологии; единства измерений; экономии всех видов ресурсов; безопасности хозяйственных объектов; обороноспособности страны.

**Студия** — однокомнатный номер в средстве размещения площадью не менее 25 м<sup>2</sup>, рассчитанный на проживание одного/двух человек, с планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной / столовой / кабинета.

**Сухой паек** — вид питания при продолжительных однодневных экскурсиях, при переезде из города в город, если по дороге нет возможности организовать полноценное питание туристов в ресторане или кафе.

**Сюит** — номер в средстве размещения площадью не менее 75 м<sup>2</sup>, состоящий из трех и более жилых комнат (гостиной/столовой, кабинета и спальни), с нестандартной широкой двуспальной кроватью (200×200 см) и дополнительным гостевым туалетом.

**Табльдот** — обслуживание туристов по одному для всех клиентов меню без права выбора блюд.

**Таймшер** — 1) покупка права пользования номером на одну/две недели в том или ином месте в течение продолжительного периода. При этом создаются условия для обмена местами отдыха, что позволяет владельцам таймшеров, по желанию, отдыхать в различных местностях; 2) совместное владение недвижимостью (кондоминиум) в туристском бизнесе с возможностью пользоваться ею на протяжении определенного времени, которая пропорциональна денежному взносу.

**Тариф** — продажная стоимость услуг перевозки, размещения, питания, либо комплексного обслуживания, объявленная поставщиком.

**Технология гостиничного обслуживания** — совокупность различных процессов и действий в обслуживании клиентов, а также приемов и технологических процедур использования, эксплуатации и поддержания в соответствующем состоянии номерного фонда, помещений и служб гостиниц, а также других зданий и сооружений (бассейнов, спортивных залов и т.д.).

**Туристская анимация** — разновидность туристской деятельности, осуществляемой на туристском предприятии (туркомплекс, отель), или на транспортном средстве (круизный теплоход, поезд, автобус), или в месте пребывания туристов (на городской площади, в театре или парке города), которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга.

**Фиксированная квота** — квота с закреплением конкретных номеров объекта размещения.

**Флотель** — плавающая гостиница, в которую превращено зафрахтованное комфортабельное пассажирское судно, чаще всего под флотели используют старые круизные суда.

**Франкфуртская таблица по снижению цен на поездки** — документ, определяющий норму (в процентах) уменьшения стоимости услуги в зависимости от отмеченных туристом недостатков ее предоставления.

**Франшиза** — соглашение, при котором агенту передаются не только определенные привилегии, но и имя предприятия-производителя, его торговая марка.

**Хостел** — разновидность гостиниц с небольшим набором услуг.

**Шале** — небольшой домик с минимумом удобств, скромно обставленный, со всем необходимым для приготовления пищи оборудованием и холодильником; любой небольшой загородный дом (во Франции и Швейцарии).

**Шведский стол** — вид самообслуживания в ресторанах, кафе, отличающийся тем, что посетители за единую усредненную плату получают любое количество блюд по своему выбору из числа предлагаемых, заранее выставленных в зале.

## Нормативно-правовая

- Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
- Приказ Минздравсоцразвития России от 12 марта 2012 г. № 202н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов, служащих», раздел «Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма» (зарегистрирован в Минюсте РФ от 2 апреля 2012 г. № 23681).
- Приказ Минкультуры России от 3 декабря 2012 г. № 1488 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями».
- Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 54599—2011 «Услуги средств размещения. Общие требования к услугам санаториев, пансионатов, центров отдыха».
- Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 54606—2011 «Услуги малых средств размещения. Общие требования».
- Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 53423—2009 (ИСО 18513:2003) «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения».
- Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51185—2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования».
- Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 54603—2011 «Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу».
- Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 50690—94. Туристские услуги. Общие требования.
- Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 50681—94. Проектирование туристских услуг.
- Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 50644—94. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.
- СНиП 10-01—94. Система нормативных документов в строительстве. Основные положения.
- СНиП 11-01—95. Инструкция о порядке разработки, согласования, утверждения и составе проектной документации на строительство предприятий, зданий и сооружений.
- СНиП 41-01—2003. Отопление, вентиляция и кондиционирование.

СНиП 23-05—95. Естественное и искусственное освещение.

СНиП 21-01—97\*. Пожарная безопасность зданий и сооружений (изд. 2002 с изм. 1 и 2).

### Методическая

- Арбузова Н.Ю.* Технология и организация гостиничных услуг. М. : Академия, 2011.
- Байлик С.И.* Гостиничное хозяйство. Киев : ДАКОР, 2009.
- Волков Ю.Ф.* Гостиничное и ресторанное дело, туризм : сборник нормативных документов. Ростов-н/Д : Феникс, 2006.
- Волков Ю.Ф.* Технологии гостиничного обслуживания. Ростов-н/Д : Феникс, 2004.
- Волков Ю.Ф.* Гостиничный и туристский бизнес : учеб. пособие для вузов . 2-е изд. Ростов-н/Д : Феникс, 2009.
- Джанджугазова Е.А.* Маркетинг в индустрии гостеприимства. М. : Академия, 2005.
- Корнеев Н.В., Корнеева Ю.В., Емелина И.А.* Технология гостиничного сервиса : учебник. М. : Академия, 2011.
- Кусков А.В.* Гостиничное дело : учеб. пособие. М. : Дашков и К°, 2009.
- Лесник А.Л., Смирнова М.Н.* Безопасность в гостиничных предприятиях. М. : Талер, 2001.
- Лихолетов В.В.* Основы проектирования гостиничных комплексов и предприятий общественного питания : учеб. пособие. Челябинск : ЮУрГУ, 2009.
- Николашин В.Н.* Маркетинг туристских услуг : учебный курс. М. : МИЭМП, 2010.
- Рекомендации по архитектурно-планировочному решению номеров гостиниц. М. : ЦНИИЭП жилища, 1977.
- Романов В.А., Цветкова С.Н.* Гостиничные комплексы: организация и функционирование. Ростов-н/Д : МарТ, 2007.
- Романов В.А., Цветкова С.Н., Шевцова Т.В., Карашенко В.В.* Гостиничные комплексы. Организация и функционирование : учеб. пособие. Ростов-н/Д : МарТ, 2010.
- Сорокина А.В.* Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие. М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2009.
- Скобкин С.С.* Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма. М. : Магистр, 2007.
- Филипповский Е.Е.* Экономика и организация гостиничного хозяйства. М. : Финансы и статистика, 2008.
- Экономика и организация туризма. Международный туризм / под ред. Ю.В. Забаева, И.А. Рябовой, Е.Л. Драчевой. М. : КНОРУС, 2007.



# ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

## Требования к гостиницам (кроме категории «мини-отель») (Знак «+» означает необходимость выполнения требования)

ТРЕБОВАНИЕ	КАТЕГОРИЯ				
	*	**	***	****	*****
<b>1.ЗДАНИЕ И ПРИЛЕГАЮЩАЯ К НЕМУ ТЕРРИТОРИЯ</b>					
Вывеска:					
освещаемая или светящаяся	+	+	+	+	+
Вход для гостей:					
отдельный от служебного входа <1>			+	+	+
с козырьком для защиты от атмосферных осадков на пути от автомобиля				+	+
воздушно-тепловая завеса				+	+
в ресторан (кафе, бар и т.п.) из средства размещения <2>		+	+	+	+
<b>2. ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ</b>					
Аварийное освещение и энергоснабжение:					
аварийное освещение (аккумуляторы, фонари)	+	+	+	+	+
стационарный генератор <3>, обеспечивающий основное освещение и работу основного оборудования (в том числе лифтов) в течение не менее 24 ч			+	+	+
Водоснабжение:					
горячее, холодное	+	+	+	+	+
горячее от резервной системы ГВС на время аварии, профилактических работ			+	+	+
установка по обработке воды с целью обеспечения ее пригодности для питья <4>				+	+
наличие бутилированной питьевой воды в номере (бесплатно) <4>	+	+	+		
Кондиционирование воздуха во всех помещениях круглогодично				+	+
Внутреннее радиовещание с возможностью радиотрансляции во всех помещениях, включая лифты				+	+
Лифт <5> в здании:					
более 5 этажей	+	+			

ТРЕБОВАНИЕ	КАТЕГОРИЯ				
	*	**	***	****	*****
более трех этажей <6>			+		
более двух этажей <6>				+	+
служебный, грузовой (или грузоподъемник) <1>, <6>				+	+
Время ожидания лифта (при наличии):					
не более 45 с			+		
не более 30 с				+	+
Круглосуточная работа лифта (при наличии)	+	+	+	+	+
Телефонная связь из номера:					
внутренняя (без выхода за пределы гостиной) или кнопка вызова обслуживающего персонала в 100 номеров %	+				
внутренняя в 100% номеров <7>		+			
внутренняя и городская в 100% номеров <7>			+		
внутренняя, городская, междугородная и международная в 100% номеров				+	+
Телефоны коллективного пользования в общественных помещениях (вестибюле) в кабине или под акустическим колпаком:					
городской, междугородный	+	+			
городской, междугородный, международный			+	+	+
<b>3. НОМЕРНОЙ ФОНД</b>					
Мест в одно/двухместных номерах, не менее:					
60%	+				
80%		+			
100%			+	+	+
Многокомнатные номера или номера, которые могут быть соединены			+		
Многокомнатные номера				+	
Многокомнатные номера и номера, которые могут быть соединены					+
Не менее 5% общего количества номеров — многокомнатные номера					+
Площадь номера должна позволять гостю свободно, удобно и безопасно передвигаться и использовать все оборудование и мебель	+	+	+	+	+
Площадь номера (не учитывая площадь санузла, лоджии, балкона), м <sup>2</sup> , не менее					

ТРЕБОВАНИЕ		КАТЕГОРИЯ				
		*	**	***	****	*****
Однокомнатного одноместного	Однокомнатного двухместного					
9	12	+	+	+		
12	15				+	
14	16					+
Номера, предназначенные для приема большего числа гостей, должны иметь площадь, определяемую из расчета на каждого проживающего, м <sup>2</sup> , не менее:						
6 — для средств размещения круглогодичного функционирования;		+	+			
4,5 -- для средств размещения сезонного функционирования		+	+			
Санузел в номере (умывальник, унитаз, ванна или душ): не менее 25% номеров		+				
не менее 50% номеров			+			
100% номеров				+	+	+
Площадь санузла, м <sup>2</sup> , не менее:		+				
1,75						
2,5			+	+		
3,8					+	+
<b>4. ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ</b>						
Охранная сигнализация, электронные замки или видеокamеры в коридорах					+	+
Звукоизоляция: повышенная, обеспечивающая уровень шума менее 35 ДБ					+	+
Отопление		+	+	+	+	+
Вентилятор (в районах с жарким климатом) <8>		+	+			
Охлаждение (или кондиционирование) воздуха для обеспечения теплового комфорта 18—25 °С (в районах с жарким климатом) <8>				+		
Термостат для индивидуальной регулировки температуры					+	+
<b>5. САНИТАРНЫЕ ОБЪЕКТЫ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ</b>						
Туалеты:						
общий туалет из расчета один на 20 человек, проживающих в номерах без туалета, но не менее двух на этаж		+	+			
вблизи общественных помещений		+	+	+	+	+

ТРЕБОВАНИЕ	КАТЕГОРИЯ				
	*	**	***	****	*****
Оборудование туалетов: туалетные кабины, умывальник с зеркалом, электророзетка, туалетная бумага, мыло <9>, махровые или бумажные полотенца (или электрополотенце), крючки для одежды, корзина для мусора	+	+	+	+	+
Ванная или душевая общего пользования из расчета одна на 30 человек, проживающих в номерах без ванны или душа	+				
Ванная или душевая общего пользования из расчета одна на 20 человек, проживающих в номерах без ванны или душа		+			
Оборудование ванных комнат/душевых: ванны, душевые кабины, туалетная кабина, умывальник с зеркалом и полкой для туалетных принадлежностей, крючки для одежды, корзина для мусора	+	+			
<b>6. ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ</b>					
Общественные помещения должны иметь					
мебель и другое оборудование, соответствующее функциональному назначению помещения	+	+	+	+	+
Площадь холла <1>, не менее:					
9 м <sup>2</sup> плюс по 1 м <sup>2</sup> из расчета на каждый номер, начиная с 21-го, максимальная площадь может не превышать 25 м <sup>2</sup>	+				
20 м <sup>2</sup> плюс по 1 м <sup>2</sup> из расчета на каждый номер, начиная с 21-го, максимальная площадь может не превышать 40 м <sup>2</sup>		+			
30 м <sup>2</sup> плюс по 1 м <sup>2</sup> из расчета на каждый номер, начиная с 21-го, максимальная площадь может не превышать 80 м <sup>2</sup>			+		
30 м <sup>2</sup> плюс по 1 м <sup>2</sup> из расчета на каждый номер, начиная с 21-го, максимальная площадь может не превышать 120 м <sup>2</sup>				+	
30 м <sup>2</sup> плюс по 1 м <sup>2</sup> из расчета на каждый номер, начиная с 21-го, максимальная площадь может не превышать 160 м <sup>2</sup>					+
Служба приема и размещения с зоной для отдыха и ожидания	+	+			

ТРЕБОВАНИЕ	КАТЕГОРИЯ				
	*	**	***	****	*****
Служба приема и размещения с зоной для отдыха и ожидания с соответствующей мебелью (кресла, диваны, стулья, журнальные столики), с газетами, журналами			+	+	+
с подачей напитков и музыкальным вещанием				+	+
Ковры, ковровое или иное напольное покрытие в зоне отдыха			+	+	+
Декоративное озеленение, художественные композиции, музыкальное вещание			+	+	+
Индивидуальные сейфовые ячейки для хранения ценностей гостей <10>			+	+	+
Гардероб вблизи общественных помещений <1>				+	+
Вешалки в холле и в общественных помещениях	+	+	+	+ <11>	+ <11>
Помещение (часть помещения) для просмотра телепередач		+	+		
Конференц-зал с соответствующим оборудованием					+
Бизнес-центр (электронные средства связи, копировальная техника, помещения для переговоров, компьютеры)				+	+
Спортивно-оздоровительный центр с тренажерным залом				+	+
Плавательный бассейн					+
Плавательный бассейн или сауна с мини-бассейном				+	
Ковровое покрытие (ковры) в коридорах			+	+	+
Медицинский кабинет					+
Магазины и торговые киоски				+	-
<b>7. ПОМЕЩЕНИЕ ДЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ПИТАНИЯ</b>					
Ресторан или другие типы предприятий питания		+	+		
Ресторан					
несколько залов				+	+
банкетный зал (залы), возможен трансформируемый в конференц-зал				+	+
ночной клуб (бар)				+	+
Кафе/бар				+	+

ТРЕБОВАНИЕ	КАТЕГОРИЯ				
	*	**	***	****	*****
<b>8. УСЛУГИ</b>					
Служба приема — круглосуточный прием. (В домах отдыха, пансионатах и аналогичных средствах размещения допускается наличие службы приема, с которой можно связаться круглосуточно. Для средств размещения с оказанием оздоровительных услуг допускается замена ночных дежурных медработниками, оказывающими неотложную медицинскую помощь.)	+	+	+	+	+
Вручение корреспонденции гостям	+	+	+	+	+
Служба поиска проживающих <6>				+	+
Швейцар <6>				+	+
Поднос багажа (из машины в номер и из номера в машину) круглосуточно:					
обязательно <12>				+	+
по просьбе		+	+		
Утренняя побудка (по просьбе)	+	+	+	+	+
Ежедневная уборка номера горничной, включая заправку постелей	+	+	+	+	+
Вечерняя подготовка номера				+	+
Смена постельного белья:					
один раз в пять дней	+				
один раз в три дня		+	+		
ежедневно				+	+
Смена полотенец:					
один раз в три дня	+	+			
Стирка и глажение:					
исполнение в течение суток			+	+	+
экспресс-обслуживание <6>				+	+
Глажение:					
исполнение в течение 1 часа				+	+
предоставление утюга, гладильной доски	+	+	+		
Химчистка <6>:					
исполнение в течение суток			+		
экспресс-обслуживание				+	+
Мелкий ремонт одежды			+	+	+
Автомат для чистки обуви			+	+	+
Почтовые и телеграфные услуги			+	+	+

ТРЕБОВАНИЕ	КАТЕГОРИЯ				
	*	**	***	****	*****
Отправление и доставка корреспонденции, телексов/телефаксов				+	+
Хранение ценностей в сейфе администрации	+	+	+	+	+
Хранение багажа	+	+	+	+	+
Обмен валюты или прием платежей по кредитным картам <1>			+	+	+
Организация встреч и проводов (в аэропорту, на вокзале и т.д.)				+	+
Вызов такси		+	+	+	
Аренда (прокат) автомашины			+	+	
Бронирование и/или продажа билетов на различные виды транспорта		+	+	+	
Бронирование и/или продажа билетов в театры, на спортивные, зрелищные мероприятия				+	+
Туристские услуги:					
туристская информация	+	+	+	+	+
экскурсии, гиды-переводчики				+	+
Медицинские услуги:					
вызов скорой помощи, пользование аптечкой	+	+	+	+	+
<b>9. УСЛУГИ ПИТАНИЯ</b>					
Обслуживание:					
возможность выбора любого из вариантов предоставляемого питания (завтрак, двухразовое, трехразовое питание)			+ <1>	+	+
предоставление завтрака (7.00–10.00)		+	+	+	+
круглосуточное предоставление услуг питания <6>				+	+
Обслуживание в номере:					
в часы завтрака			+ <1>		
круглосуточно <6>				+	+
меню завтрака в номере <6>			+	+	+
<b>10. ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРСОНАЛУ И ЕГО ПОДГОТОВКЕ</b>					
Письменные стандарты для персонала, фиксирующие функциональные обязанности и установленные правила работы	+	+	+	+	+

ТРЕБОВАНИЕ	КАТЕГОРИЯ				
	*	**	***	****	*****
Квалификация: руководители и персонал должны соответствовать квалификационным требованиям (профессиональным стандартам) к основным должностям работников туристской индустрии – сектор «Гостиницы»	+	+	+	+	+
Внешний вид персонала:					
Форменная одежда, служебные значки		+	+	+	+

<1> Требование не является обязательным для гостиниц и других средств размещения с количеством номеров менее 50.

<2> При наличии ресторана (кафе, бара и пр.), кроме домов отдыха, пансионатов и других аналогичных средств размещения.

<3> Требование не является обязательным при использовании аварийного энергоснабжения.

<4> В районах, где отсутствует гарантия качества питьевой воды.

<5> Требование не является обязательным в случае невозможности установки лифта по техническим причинам (при наличии документального подтверждения). При отсутствии лифта обеспечивается бесплатная доставка багажа.

<6> Требование не является обязательным для коттеджей, домов отдыха, пансионатов и других аналогичных средств размещения.

<7> В домах отдыха, пансионатах и других аналогичных средствах размещения допускается наличие внутренней телефонной связи или кнопки вызова обслуживающего персонала.

<8> Районы, расположенные в южной климатической зоне.

<9> Допускается наличие диспенсера с жидким мылом.

<10> Требование не является обязательным при наличии индивидуальных сейфов в 100% номеров.

<11> Для гостиниц и других средств размещения с количеством номеров менее 50.

<12> Для всех категорий гостиниц и других средств размещения при отсутствии лифта (см. раздел 2 Приложения 1 «Лифт в здании»).



**Критерии балльной оценки гостиниц и других средств размещения  
различных категорий с количеством номеров более 50**

№ п/п	ТРЕБОВАНИЕ	Количество баллов
1	Здания и общественные помещения	
1.1	Расположение средства размещения в здании, являющемся историко-архитектурным памятником федерального значения	6
	Расположение средства размещения в здании, являющемся историко-архитектурным памятником местного значения	4
1.2	Внешний вид (фасад, балконы, лоджии, ставни):	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
1.3	Наличие второго лифта (служебного), используемого исключительно для персонала и доставки багажа	2
1.4	Наличие гостевых лифтов:	
	2 лифта и более	5
	1 лифт	3
1.5	Наличие гостиных (салонов)	2
1.6	Наличие этажей (номеров) для некурящих	2
1.7	Наличие отдельного входа с улицы в ресторан, кафе или бар	3
1.8	Качество, состояние интерьера холлов, салонов и других общественных помещений и их оборудования	
1.8.1	Напольное покрытие:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	3
1.8.2	Стены:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
1.8.3	Занавеси:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
1.8.4	Освещение:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1

№ п/п	ТРЕБОВАНИЕ	Количество баллов
1.8.5	Мебель:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
1.9	Площадь, занятая ресторанами, м <sup>2</sup> не менее:	
	1,8 на 1 проживающего	3
	1,6 на 1 проживающего	2
	1,2 на 1 проживающего (допускается уменьшение данного показателя на 20% в случае расположения средства размещения в местности с достаточным количеством близкорасположенных предприятий общественного питания)	1
1.10	Площадь, занятая барами, м <sup>2</sup> не менее:	
	1,8 на 1 проживающего	3
	1,3 на 1 проживающего	2
	0,39 на 1 проживающего	1
2	Качество и состояние оборудования номерного фонда (в 100% номеров)	
2.1	Напольное покрытие:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
2.2	Мебель:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
2.3	Занавеси:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
2.4	Постельные принадлежности:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
3	Телевидение в номерах (телевизор с кабельным или спутниковым каналом для внутреннего показа фильмов или аренда DVD-проигрывателя, DVD-дисков в 100% номеров)	2

№ п/п	ТРЕБОВАНИЕ	Количество баллов
4	Качество, состояние оборудования ванных комнат	
4.1	Стены, пол: отличное хорошее удовлетворительное	3 2 1
4.2	Сантехническое оборудование: отличное хорошее удовлетворительное	3 2 1
4.3	Краны: отличное хорошее удовлетворительное	3 2 1
4.4	Наличие табурета или стульчика в ванной комнате	2
4.5	Наличие в ванне специального покрытия, предохраняющего от падения при скольжении	2
4.6	Подогрев пола в ванной комнате	3
4.7	Наличие банной простыни (махрового халата)	2
4.8	Состояние покрытия стен в ванной комнате: отличное хорошее удовлетворительное.	3 2 1
4.9	Наличие биде не менее чем в 50% номеров (в ванной комнате)	2
4.10	Наличие фена в ванной комнате в 100% номеров	1
5	Телефонная кабина (телефонный автомат) с междугородной связью	по 1 баллу за кабину, но не более 4 баллов
6	Телекс или электронная почта	2
7	Телефакс	2
8	Транспортное обслуживание: доставка проживающих и багажа	6
9	Дополнительные услуги	
9.1	Наличие парикмахерской (косметического салона)	2
9.2	Наличие ресторанов, кафе, других предприятий питания	по 1 баллу за каждое предприятие питания, но не более 6 баллов

№ п/п	ТРЕБОВАНИЕ	Количество баллов
9.3	Наличие ресторана национальной кухни или специализированного ресторана с фирменными блюдами	5
9.4	Время работы предприятий питания не менее:	
	14 часов в сутки	6
	12 часов в сутки	4
	8 часов в сутки	2
9.5	Время работы баров не менее:	
	14 часов в сутки	8
	12 часов в сутки	6
	8 часов в сутки	2
9.6	Наличие постоянных или временных торговых точек	по 1 баллу за торговую точку, но не более 4 баллов
9.7	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	6
	50% от количества мест в средстве размещения в паркинге на расстоянии до 200 м от средства размещения в районах (кварталах, местах) без автомобильного движения	4
	30% от количества мест в средстве размещения	2
9.8	Наличие проката:	
	автотранспорта	1
	курортно-бытовых товаров и инвентаря	1
9.9	Наличие комнаты площадью не менее 30 м <sup>2</sup> с естественным освещением для детских игр:	
	под наблюдением квалифицированного персонала (не менее 5 часов в сутки)	3
	без наблюдения квалифицированного персонала	2
9.10	Наличие сервиса для инвалидов	10
9.11	Наличие прочих услуг (аттракционы, читальный зал, информационные услуги, экскурсионные услуги, услуги переводчика, обмен валюты и другие)	по 1 баллу за услугу, но не более 6 баллов
9.12	Наличие зала для фитнеса площадью не менее 30 м <sup>2</sup> с не менее, чем 6 гимнастическими снарядами или тренажерами	2
9.13	Наличие теннисного корта/4-стенного корта для сквоша 7 м×10 м	2

№ п/п	ТРЕБОВАНИЕ	Количество баллов
9.14	Наличие плавательного бассейна с площадью волной поверхности, м <sup>2</sup> :	
	не менее 80	6
	не менее 60	4
	не менее 35	2
	менее 35	1
9.15	Наличие сауны:	
	на 6 и более человек	2
	менее 6 человек	1

**Критерии балльной оценки гостиниц различных категорий  
с количеством номеров менее 50**

№ п/п	ТРЕБОВАНИЕ	Количество баллов
1	Расположение средства размещения у моря (океана), на берегу реки или естественного водоема <1>:	
	первая линия	3
	вторая линия	2
	третья линия	1
2	Здания и общественные помещения	
2.1	Расположение средства размещения в здании, являющемся историко-архитектурным памятником федерального значения	6
	Расположение средства размещения в здании, являющемся историко-архитектурным памятником местного значения	4
2.2	Внешний вид (фасад, балконы, лоджии, ставни):	
	отличные	3
	хорошие	2
	удовлетворительные	1
2.3	Наличие гостевых лифтов	3
2.4	Наличие гостиных (салонов)	2
2.5	Наличие этажей (номеров) для некурящих	2
2.6	Качество, состояние интерьера холлов, салонов и других общественных помещений и их оборудования	
2.6.1	Напольное покрытие:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
2.6.2	Стены:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
2.6.3	Занавеси:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
2.6.4	Освещение:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1

№ п/п	ТРЕБОВАНИЕ	Количество баллов
2.6.5	Мебель:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
3	Качество и состояние оборудования номерного фонда (в 100% номеров)	
3.1	Напольное покрытие:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
3.2	Мебель:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
3.3	Занавеси:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
3.4	Постельные принадлежности:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
4	Телевидение в номерах (телевизор с кабельным или спутниковым каналом для внутреннего показа фильмов или аренда DVD-проигрывателя, DVD-дисков в 100% номеров)	2
5	Качество, состояние оборудования ваннных комнат	
5.1	Стены, пол:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
5.2	Сантехническое оборудование:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
5.3	Краны:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
5.4	Наличие табурета или стульчика в ванной комнате	2

№ п/п	ТРЕБОВАНИЕ	Количество баллов
5.5	Наличие в ванне специального покрытия, предохраняющего от падения при скольжении	2
5.6	Подогрев пола в ванной комнате	3
5.7	Наличие банной простыни (махрового халата)	2
5.8	Состояние покрытия стен в ванной комнате:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
5.9	Наличие биде не менее чем в 50% номеров (в ванной комнате)	2
5.10	Наличие фена в ванной комнате в 100% номеров	1
6	Телефонная кабина (телефонный автомат) с междугородной связью	по 1 баллу за кабину, но не более 4 баллов
7	Телекс или электронная почта	2
8	Телефакс	2
9	Транспортное обслуживание:	
	доставка проживающих и багажа	6
10	Дополнительные услуги	
10.1	Время работы предприятий питания не менее:	
	14 часов в сутки	6
	12 часов в сутки	4
	8 часов в сутки	2
10.2	Время работы баров не менее:	
	14 часов в сутки	8
	12 часов в сутки	6
	8 часов в сутки	2
10.3	Охраняемая автостоянка с неограниченным временем парковки	2
10.4	Наличие сервиса для инвалидов	10
10.5	Наличие прочих услуг (читальный зал, информационные услуги, экскурсионные услуги, услуги переводчика)	по 1 баллу за услугу, но не более 6 баллов
10.6	Наличие сауны:	
	на 6 и более человек	2
	менее 6 человек	1
10.7	Наличие закрытого плавательного бассейна площадью, м <sup>2</sup> :	
	не менее 150 (площадь водной поверхности не менее 80)	6
	не менее 100 (площадь водной поверхности не менее 60)	4



№ п/п	ТРЕБОВАНИЕ	Количество баллов
	не менее 80 (площадь водной поверхности не менее 35)	2
	менее 35	1
10.8	Наличие открытого плавательного бассейна <1> с подогреваемой водой с площадью водной поверхности, м <sup>2</sup> :	
	не менее 80	6
	не менее 60	4
	не менее 35	2
	менее 35	1
10.9	Наличие открытого плавательного бассейна <21> с неподогреваемой водой с площадью водной поверхности, м <sup>2</sup> :	
	не менее 80	4
	не менее 60	3
	не менее 35	2
	менее 35	1

<1> Для гостиниц и других средств размещения, расположенных в курортной местности.

**Требования к гостиницам категории «мини-отель»**  
(Знак «+» означает необходимость выполнения требования)

Требование	Выполнение
<b>1. ЗДАНИЕ И ПРИЛЕГАЮЩАЯ К НЕМУ ТЕРРИТОРИЯ</b>	
<b>Вывеска</b>	
освещаемая или светящаяся	+
<b>Вход для гостей</b>	
отдельный от служебного входа	+
<b>2. ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ</b>	
<b>Аварийное освещение и энергоснабжение</b>	
аварийное освещение (аккумуляторы, фонари)	+
Система отопления (водяное, газовое, электрическое, другое)	+
<b>3. ВОДОСНАБЖЕНИЕ</b>	
горячее, холодное	+
<b>4. ТЕЛЕФОННАЯ СВЯЗЬ</b>	
городская, междугородняя, международная	+
<b>5. НОМЕРНОЙ ФОНД</b>	
площадь номера должна позволять гостю свободно, удобно и безопасно передвигаться и использовать все оборудование и мебель	+
площадь номера (не учитывая площадь санузла, лоджии, балкона), м <sup>2</sup> , не менее:	
однокомнатного одноместного - - 9	
однокомнатного двухместного — 12	
санузел в номере (умывальник, унитаз, ванна или душ)	+
<b>6. ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ</b>	
Общественные помещения должны иметь:	
мебель и другое оборудование, соответствующее функциональному назначению помещения	+
площадь холла не менее 9 м <sup>2</sup>	+
службу приема и размещения с зоной для отдыха и ожидания	+
<b>7. ПОМЕЩЕНИЕ ДЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ПИТАНИЯ</b>	
столовая/буфет/кафе	+
<b>8. УСЛУГИ</b>	
служба приема — круглосуточный прием	+
вручение корреспонденции гостям	+
утренняя побудка (по просьбе)	+
ежедневная уборка номера горничной, включая заправку постелей	+
смена постельного белья не реже одного раза в пять дней	+
смена полотенец не реже одного раза в три дня	+
предоставление утюга, гладильной доски	+

Требование	Выполнение
хранение ценностей в сейфе администрации	+
хранение багажа	+
предоставление туристской информации	+
вызов скорой помощи, пользование аптечкой	++
<b>9. ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРСОНАЛУ И ЕГО ПОДГОТОВКЕ</b>	
Письменные стандарты для персонала, фиксирующие функциональные обязанности и установленные правила работы	+
Квалификация: руководители и персонал должны соответствовать квалификационным требованиям (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии — сектор «Гостиницы»	+

**Требования к гостиницам категории «мини-отель»**  
(Знак «+» означает необходимость выполнения требования)

Требование	Номер высшей категории				Номер I категории	Номер II категории	Номер III категории	Номер IV категории	Номер V категории
	«сюит»	«апартамент»	«люкс»	«студия»					
Одна жилая комната				+ <1>	+	+	+	+	+
Две жилые комнаты — гостиная/столовая/кабинет и спальня общей площадью не менее 35 м <sup>2</sup>			+						
Две и более жилые комнаты — гостиная/столовая и спальня (кабинет) общей площадью не менее 40 м <sup>2</sup>		+							
Три и более жилые комнаты — гостиная/столовая, спальня, кабинет общей площадью не менее 75 м <sup>2</sup> <22>	+								
I. Техническое оснащение									
Освещение:									
от потолочного (настенного) или напольного светильника	+	+	+	+	+	+	+	+	+
прикроватный светильник	+	+	+	+	+	+	+	+	+
настольная лампа	+	+	+	+	+ <2>				
светильник над умывальником	+	+	+	+	+	+	+	+	
выключатель дистанционного управления основного источника света у изголовья кровати <3>	+	+	+	+	+ <2>				

Требование	Номер высшей категории				Номер I категории	Номер II категории	Номер III категории	Номер IV категории	Номер V категории
	«сюит»	«апартамент»	«люкс»	«студия»					
выключатель освещения у входа в номер и у изголовья кровати	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Фонарь карманный электрический	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Телефонный аппарат:									
в номере на прикроватной тумбочке	+	+	+	+	+ <4>				
в каждой комнате <5>	+	+	+						
дополнительно в ванной комнате (или кнопка вызова обслуживающего персонала) <2>	+	+	+	+	+ <2>				
Будильное устройство (таймер) <6>	+	+	+	+	+ <4>				
Радиоприемник (при отсутствии телевизора)						+	+	+	+
Телевизор <7> цветной с пультом управления	+	+	+	+	+ <4>				
с приемом программ основных телекомпаний мира	+	+	+	+	+ <2>				
DVD-проигрыватель <8>	+	+	+	+	+ <2>				
по просьбе гостя					+ <9>	+ <9>			
Мини-бар (мини-холодильник)	+	+	+	+	+ <4>				
Мини-сейф <10>	+	+	+	+	+ <2>				
II. Оснащение мебелью и инвентарем									
Кухонное оборудование		+							
Кровать (минимальные размеры):									
Односпальная 80×190 см					+ <9>	+	+	+	+

Требование	Номер высшей категории				Номер I категории	Номер II категории	Номер III категории	Номер IV категории	Номер V категории
	«сюит»	«апартамент»	«люкс»	«студия»					
Односпальная 90×200 см	+	+	+	+	+ <4>				
Двухспальная 160×190 см					+ <9>	+	+	+	+
Двухспальная 160×200 см			+	+	+ <4>				
Двухспальная 200×200 см	+	+							
Комплект постельных принадлежностей и белья:									
матрац с намотращиком, две подушки, одеяло, дополнительное одеяло, покрывало на кровать, простыня, пододеяльник, наволочки	+	+	+	+	+	+	+	+	+
белье из натуральных тканей (лен, хлопок, шелк)	+	+	+	+	+ <2>				
Ковры или ковровое покрытие пола	+	+	+	+	+ <2>				
Прикроватный коврик у каждой кровати при отсутствии ковров или коврового покрытия					+	+	+	+	+
Прикроватная тумбочка (столик) у каждого спального места	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Шкаф с полками <11> (допускается встроенный) с вешалкой и плечиками (не менее 5 шт./место)	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Вешалка для верхней одежды и головных уборов <12>	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Стулья: не менее одного на проживающего	+	+	+	+ <15>	+ <13>	+ <13>	+	+	+

Требование	Номер высшей категории				Номер I категории	Номер II категории	Номер III категории	Номер IV категории	Номер V категории
	«скиит»	«апартамент»	«люкс»	«студия»					
Кресла: не менее одного на проживающего	+	+	+ <15>	+ <15>	+ <2>, <14>				
Диван (на номер)	+	+	+ <15>	+ <15>	+ <2>, <15>				
Стол/туалетный стол	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Письменный стол с рабочим креслом	+								
Журнальный столик	+	+	+	+	+ <2>				
Полка (подставка для багажа)	+	+	+	+	+	+	+		
Подставка (полка) под телевизор	+	+	+	+	+				
Корзина для бумажного мусора	+	+	+	+	+	+	+		
Плотные занавеси (или жалюзи), обеспечивающие затемнение помещения	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Зеркало в полный рост или большого размера в прихожей и/или в комнате	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Щетки: одежная, сапожная	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Ключ для открывания бутылок	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Графин, стаканы					+ <16>	+	+	+	+
Набор посуды		+							
Набор посуды для мини-бара (при наличии мини-бара)	+	+	+	+	+ <4>				
Пепельница(ы) <17>	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Набор письменных принадлежностей (конверты, почтовая бумага, ручка и/или карандаш)	+	+	+	+	+				





Продолжение

Требование	Номер высшей категории				Номер I категории	Номер II категории	Номер III категории	Номер IV категории	Номер V категории
	«сюит»	«апартамент»	«люкс»	«студия»					
над умывальником					+	+	+	+	
большого размера или зеркальная стенка	+	+	+	+	+ <2>				
косметическое для бритья и макияжа	+	+	+	+	+ <2>				
Полка для туалетных принадлежностей (туалетный стол <2>)	+	+	+	+	+	+	+	+	
Занавес для ванны <19> (при наличии ванны)	+	+	+	+	+				
Ручка на ванне или на стене у ванны для страховки от падения при скольжении (при наличии ванны)	+	+	+	+	+ <2>				
Коврик (махровый)	+	+	+	+	+				
Фен для сушки волос	+	+	+	+	+ <4>				
Полотенцедержатель, крючки для одежды	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Полотенца, в том числе банное (для каждого гостя):									
не менее двух					+ <9>	+	+	+	+
не менее трех					+ <20>				
не менее четырех		+	+	+	+ <2>				



Требование	Номер высшей категории				Номер I категории	Номер II категории	Номер III категории	Номер IV категории	Номер V категории
	«сюит»	«апартамент»	«люкс»	«студия»					
Корзина для мусора	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Пакеты для предметов гигиены	+	+	+	+	+	+			
Пакеты для прачечной, химчистки (при наличии прачечной, химчистки или договора с прачечной/химчисткой)	+	+	+	+	+ <4>				

- <1> Однокомнатный номер площадью не менее 25 м<sup>2</sup>.
- <2> Для гостиниц и других средств размещения категории 4—5 «звезд».
- <3> Для реконструируемых номеров.
- <4> Для гостиниц и других средств размещения категории 3—5 «звезд».
- <5> Требование не является обязательным при наличии переносной телефонной трубки.
- <6> Требование не является обязательным при наличии интерактивного телевидения или программируемой побудки в телефонном аппарате.
- <7> При наличии в регионе телевизионного вещания.
- <8> При отсутствии в регионе телевизионного вещания.
- <9> Для гостиниц и других средств размещения категории 1—2 «звезды».
- <10> Требование не является обязательным при наличии индивидуальных сейфовых ячеек в службе приема.
- <11> Допускается отсутствие полок в шкафу при наличии комода с ящиками.
- <12> Допускается наличие вешалки для верхней одежды в шкафу, разделенном на две части.
- <13> Требование не является обязательным при наличии пуфа.
- <14> Допускается наличие в двухместном номере 1 кресла и 1 стула.
- <15> Допускается наличие в двухместном номере 1 дивана и 1 кресла или двух кресел.
- <16> Кроме гостиниц и других средств размещения категории 3—5 «звезд».
- <17> Кроме номеров для некурящих.
- <18> В гостиницах и других средствах размещения с номерным фондом не более 5 номеров допускается наличие полного санузла на 5 номеров.

- <19> При наличии душа в ванне, кроме номеров с угловыми ваннами или угловыми джакузи.
- <20> Для гостиниц и других средств размещения категории 3 «звезды».
- <21> Требование не является обязательным для гостиниц и других средств размещения с количеством номеров менее 50, коттеджей, домов отдыха, пансионатов и других аналогичных средств размещения.
- <22> Допускается отсутствие перегородки между гостиной/столовой и кабинетом при визуальном разграничении помещения на гостиную/столовую и кабинет.
- <23> В гостевом туалете допускается наличие диспенсера с жидким мылом.
- <24> Для средства размещения категории 1—3 «звезды» допускается наличие диспенсера с жидким мылом.

**Критерии балльной оценки номеров гостиниц и других средств размещения различных категорий**

№ п/п	ТРЕБОВАНИЕ	Количество баллов
1	Качество и состояние оборудования и оснащения номерного фонда (во всех номерах)	
1.1	Напольное покрытие:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
1.2	Мебель:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
1.3	Занавеси:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
	занавеси, обеспечивающие 100% затемнение номера	3
1.4	Постельные принадлежности:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
2	Качество, состояние оборудования ваннных комнат (санузлов) для номеров высшей, первой, второй и третьей категории (для номеров четвертой категории — оборудование умывальника)	
2.1	Стены, пол:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
2.2	Сантехническое оборудование:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
2.3	Краны:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
2.4	Наличие табурета или стульчика в ванной комнате <1>	2

		<i>Окончание</i>
№ п/п	ТРЕБОВАНИЕ	Количество баллов
2.5	Наличие ручки на ванне или на стене у ванны для страховки от падения при скольжении <1>	2
2.6	Наличие в ванне специального покрытия, предохраняющего от падения при скольжении <1>	2
2.7	Наличие махрового халата	1
2.8	Наличие покрытия стен в ванной комнате из кафеля или камня <1>:	
	до потолка	3
	не менее чем на 1/3 от потолка	1
2.9	Состояние кафельного покрытия <2>:	
	отличное	3
	хорошее	2
	удовлетворительное	1
2.10	Наличие биде <1>	2
2.11	Наличие фена	1
2.12	Наличие косметического зеркала <2>	2
2.13	Наличие в ванной комнате отводной телефонной трубки, шнура или кнопки вызова персонала <1>	2
2.14	Наличие туалетного стола <2>	2
2.15	Наличие зеркальной стенки <2>	2
2.16	Высота потолка более 3 м	2
2.17	Услуги мини-бара	2
2.18	Обслуживание в номерах	2
2.19	В исключительных случаях при наличии в интерьере номера ценных художественных произведений, предметов антиквариата, а также мебели из ценных пород дерева и пр. может быть присвоено дополнительно	4

<1> При наличии ванной комнаты.

<2> В ванной комнате/санузле или у умывальника.