МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КАФЕДРА ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

А.С. СКОБЕЛЬЦЫНА

ВВЕДЕНИЕ В ГОСТЕПРИИМСТВО

Учебное пособие

ИЗДАТЕЛЬСТВО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2018

ББК 65.433
С44

Скобельцына А.С.

С44 Введение в гостеприимство : учебное пособие / А.С. Скобельцына. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2018. – 178 с.

ISBN 978-5-7310-4394-6

В учебном пособии рассмотрены феномен гостеприимства в историческом и современном аспектах, а также особенности индустрии гостеприимства как совокупности взаимодействующих друг с другом предприятий, деятельность которых связана с обслуживанием повседневных потребностей людей, находящихся вне дома. Затрагиваются вопросы сервисной деятельности и карьерного роста на предприятиях гостеприимства.

Предназначено для студентов, будущих бакалавров в области гостиничного дела, сервиса и туризма, а также для всех интересующихся развитием сфер гостеприимства и туризма.

The textbook deals with the phenomenon of hospitality in historical and modern aspects, as well as features of the hospitality industry, which consists of several segments - hotels, restaurants, transport, leisure industry, etc. Their activities are associated with the service of people outside the home. The issues of service activities and career growth at the hospitality enterprises are touched upon.

The textbook is intended for students, future bachelors in the field of hospitality, service and tourism, as well as for all those interested in the devel-opment of hospitality and tourism.

ББК 65.433

Рецензенты: д-р филос. наук, профессор кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса СПбГЭУ **О.В. Архипова**
канд. экон. наук, доцент кафедры рекламы и современных коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения **А.Е. Гаврилова**

ISBN 978-5-7310-4394-6

© СПбГЭУ, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение 4

Раздел 1. **Теоретические основы гостеприимства** 6

Тема 1. Гостеприимство как социокультурный феномен и направление бизнеса 6

Тема 2. Индустрия гостеприимства как сфера услуг..... 30

Тема 3. Карьера в индустрии гостеприимства..... 40

Раздел 2. **Деятельность предприятий индустрии гостеприимства** 50

Тема 4. Общая характеристика индустрии размещения..... 50

Тема 5. Структура и функциональное назначение предприятий общественного питания 72

Тема 6. Транспортное обслуживание в индустрии туризма и гостеприимства 89

Тема 7. Общая характеристика индустрии досуга..... 109

Заключение 123

Библиографический список 124

Приложения 132

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире люди активно путешествуют, с удовольствием затрачивая на это свои силы, время и деньги. Рост туризма объясняется как экономическими факторами (увеличение благосостояния людей, доступность информации, развитая транспортная система и др.), так и личностными — стремлением сменить обстановку, посмотреть новые места, получить новые впечатления. По прогнозам специалистов, XXI век станет веком туризма.

Не каждое путешествие считается туризмом, но нет туризма без путешествия. Перемещение людей в пространстве может быть связано с вопросами бизнеса, семьи, здоровья — все это сегодня относят к различным видам туризма.

Оказываясь вне дома, люди испытывают дискомфорт из-за отсутствия привычных условий для питания, отдыха и сна. На этом основана деятельность индустрии гостеприимства, включающей в себя тысячи предприятий.

Гостеприимство — это искусство принимать гостей, создавать такие условия, чтобы гость чувствовал себя как дома. Этимология, то есть происхождение слова «гостеприимство» (*лат.* «hospitium») восходит к общеиндоевропейскому корню и связана с родственными понятиями — hospes/hostis, когда этим словом обозначали не только «врага, неприятеля», но и вообще «чужого человека, чужака, «чужеземца, нарушающего границы». Это слово присутствует в германских, романских и славянских языках. В готском[1] — gasts; в немецком языке это ein Gast, в английском — a guest, во французском этот корень сохранился в словах «гостеприимство» — hospitalité и «посетитель, постоялец» — hôte (отсюда и «отель», «hôtel»). В древнерусском языке, а также в языках других славянских народов оно обозначало гостя, заезжего торговца. В Греции это слово встречается уже у Гомера:

[1] Готский язык — один из древних восточногерманских языков.

«ksenia» (ξενια) — гостеприимство. Ближайшей аналогией латинскому hospes/hostis в греческом языке является слово «ksenos» (ξένος; гость, чужеземец).[1]

Индустрия гостеприимства — это совокупность взаимодействующих друг с другом предприятий, деятельность которых связана с обслуживанием повседневных потребностей людей, находящихся вне дома. Она состоит из секторов средств размещения, транспортных средств, питания и напитков, торгового обслуживания, развлечения, досуга и спорта, экскурсионной деятельности, хотя достаточно сложно назвать все типы предприятий современной индустрии гостеприимства.

Деятельность этих предприятий (гостиницы, рестораны, транспортные компании, учреждения культуры, экскурсионные организации и др.) относится к сфере обслуживания (услуг, сервиса). Это услуги, направленные на удовлетворение материально-бытовых, культурных, духовных потребностей человека.

Основной **целью** учебной дисциплины «Введение в гостеприимство» является формирование у студентов целостной системы знаний о понятии гостеприимства как феномена культуры, а также о структуре и основных направлениях деятельности индустрии гостеприимства.

Предметом изучения дисциплины являются:

— феномен гостеприимства в историческом и современном аспектах;

— человек как потребитель продукта, как гость, клиент и его потребности, лежащие в основе гостеприимства;

— предприятия индустрии гостеприимства, предоставляющие услуги по удовлетворению потребностей людей, находящихся вне дома.

В процессе обучения предстоит решить следующие основные **задачи**: изучить феномен гостеприимства; рассмотреть особенности сервисной деятельности; выявить потребности человека, удовлетворение которых связано с индустрией гостеприимства; ознакомиться с деятельностью предприятий, составляющих сегменты индустрии гостеприимства, и спецификой обслуживания на каждом из них.

---

[1] Колосовская Ю.К. Гостеприимство как право народов Древнего Рима. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.sno.pro1.ru/lib/zakon/11.htm

РАЗДЕЛ 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Тема 1. Гостеприимство как социокультурный феномен и направление бизнеса

Сущность гостеприимства

В толковом словаре русского языка С.И. Ожегова гостеприимство определяется как радушие к гостям. Гость — это тот, кто посещает, навещает кого-нибудь с целью повидаться, побеседовать, вместе провести время, а также постороннее лицо, приглашенное присутствовать на собрании, заседании, празднестве. Гость — это и неожиданный пришелец, тот, кто появился неожиданно. Также на Руси гостями называли купцов, ведущих внешнюю торговлю.

В Энциклопедическом словаре Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона (1890–1907) гостеприимство означает бытовое понятие, особый вид радушия, хлебосольство хозяев при приеме гостей. Особый интерес представляют те формы гостеприимства, которые обеспечивали приют и защиту путешественникам и чужестранцам в малокультурных местностях и сыграли огромную культурную роль, заключающуюся в установлении и поддержании международного общения на начальной ступени культуры.

Если русское слово «гость» исторически обозначало купца, то французское слово «hospitalité» — практику приема паломников и беженцев. В этом случае гость — возможно больной человек, нуждающийся в помощи и убежище. В русском значении «гость» — состоятельный, равный или даже более богатый участник торгового обмена.[1]

---

[1] Зенкин С.Н. Гостеприимство: к антропологическому и литературному определению. // Традиционные и современные модели гостеприимства: Материалы российско-французской конференции 7–8 октября 2002 г. / Отв. ред. С.Н. Зенкин. — М.: РГГУ, 2004. — С. 167.

В Большой российской энциклопедии (2007) отмечено, что гостеприимство в традиционных обществах — это институт, обязывающий оказывать чужаку торжественный прием и защиту, имевший как социальные, так и религиозные корни. С одной стороны, требовалось обеспечение взаимной безопасности в поездках; с другой стороны, гость — это сакральное существо, приносящее благо. Обряды гостеприимства регламентировали поведение и гостя, и хозяев. Например, гость, входя в дом, обязан был говорить добрые слова в адрес хозяев, принимать угощение и заботу, а хозяева, в свою очередь, должны были с почетом встретить гостя, предоставить пищу и ночлег ему и коню, даже подарить любую понравившуюся гостю вещь. У многих народов гость почитался как фигура священная. При этом хозяин должен был ощущать чужую жизнь как часть своей жизни.

Общие для всего человечества черты гостеприимства — это радушие, уважение и терпимость.[1] Гай Юлий Цезарь писал, что «оскорбить гостя германцы считают грехом и кто бы и по какому делу к ним не пришел, ограждают его от обид, признают его неприкосновенным, для него открыты все дома, и с ним все делятся пищей».[2]

Есть мнение, что гостеприимство — это изначальная добродетель человечества, постепенно исчезающая по мере развития цивилизации. В трактате «О гостеприимстве. Апология человечества» (Лейпциг, 1777 г.) Х. Хиршенфельд писал, что любовь к наживе уничтожила эту благородную форму первобытного и естественного общения между людьми, когда «человек сразу опознавал человека», «все были гражданами одной земли, детьми одного Бога».[3] «Каждая хижина, дым от которой был виден издалека, радовала взор путешественника, он был уверен, что встретит там брата. И его не пугало ни скорое наступление ночи, ни окружающее безлюдье. Он надеялся найти там человека и знал наверняка, что это будет друг. Тень деревьев, свежие родники, домашнее тепло, сама хижина, еда на столе, все, что принадлежало его другу, принадлежало и ему».[4] Таким

---

[1] Соколова М.В. Феномен гостеприимства на Древнем Востоке и в Античном мире. — М.: МГПУ, 2009. — С. 8.

[2] Цит. по: Соколова М.В. Феномен гостеприимства на Древнем Востоке и в Античном мире. — М.: МГПУ, 2009. — С. 13.

[3] Цит. по: Монтандон А. Гостеприимство: этнографическая мечта? // Традиционные и современные модели гостеприимства: Материалы российско-французской конференции 7–8 октября 2002 г. / Отв. ред. С.Н. Зенкин. — М.: РГГУ, 2004. — С. 11.

[4] Цит. по: Там же. — С. 13.

образом, «в эпохи, предшествовавшие цивилизации, торговле, изобретению знаков богатства, когда приют для путешественника не был обусловлен никакой выгодой, его обеспечивало гостеприимство».[1] Так вследствие развития товарно-денежных отношений, создания приютов и гостиниц, формирования платного гостеприимства изменилась сама его идея как гостеприимства незаинтересованного, индивидуального, оказываемого незнакомому человеку. А. Монтандон полагает, что следует четко различать гостеприимство как взаимодействие между индивидами и гостеприимство как общественное проявление (гостеприимство институциональное, церковное, государственное и т. д.).

По мнению Т.В. Черевичко, гостеприимство как предмет исследования можно рассматривать в трех аспектах: во-первых, как отношение к гостю (клиенту), способность чувствовать его потребности и настроение; во-вторых, как производство и обмен услуг, обеспечивающих физический, психологический комфорт человека; в-третьих, как особую категорию, объединяющую все родственные отрасли, специализирующиеся на обслуживании людей с помощью таких предприятий, как гостиницы, рестораны, клубы, предприятия бытового обслуживания и др. [2]

Таким образом, в понятие «гостеприимство» входит система категорий:

— гость и его потребности;
— услуги и их производство;
— рынок услуг, механизм обмена;
— качество обслуживания;
— предприятия индустрии гостеприимства.

Гостеприимство — это гармоничное сочетание производства услуг, комфортной среды отдыха и ответственного поведения обслуживающего персонала в целях удовлетворения потребностей гостей при гарантии их безопасности, физического и психического комфорта.[3]

---

[1] Замечания аббата Рейналя в «Истории двух Индий», книга 9, глава 5. Цит. по: Традиционные и современные модели гостеприимства: Материалы российско-французской конференции 7–8 октября 2002 г. / Отв. ред. С.Н. Зенкин. — М.: РГГУ, 2004. — С. 13.

[2] Черевичко Т.В. Теоретические основы гостеприимства: Учебное пособие. — М.: Флинта, МПСИ, 2008. — С. 16.

[3] Там же. — С. 9.

Итак, под словом «гостеприимство» можно понимать следующее:

1) щедрое, дружелюбное отношение к гостям; радушие в приеме и угощении посетителей, безвозмездный прием и угощение странников, гостей (В.И. Даль «Толковый словарь живого великорусского языка»);

2) качество услуг, дающее возможность клиенту убедиться в том, что его уважают, ему рады;

3) это то, что создает у гостя (клиента) представление о предприятии (гостинице, турфирме, ресторане, кафе и т. д.) как об одном из лучших в регионе. Формула гостеприимства: достоинство + уважение + любезность;

4) быть гостеприимным — значит уметь предложить теплый прием посетителям, создать для них спокойную, благоприятную и дружелюбную атмосферу, в которой гость смог бы почувствовать себя как дома;

5) когда мы предоставляем клиенту услугу, мы даем ему лишь то, что он требует и о чем просит; когда мы предоставляем клиенту гостеприимство, мы спрашиваем гостя о том, что мы можем для него сделать, и хотим это сделать. [1]

Национально-культурные особенности гостеприимства

Гостеприимство — это неотъемлемая часть культуры, ментальности и быта народа: «гостеприимство бывает не в любом обществе, а только в обществе, обладающем *культурой*. Его получатель-гость присутствует на территории и/или в сообществе его подателей-хозяев как «чужой» и включается в их жизнь именно в качестве чужого, не ассимилируясь».[2] В его основе лежит базовый принцип человеческого сосуществования — гуманизм (человеколюбие). Прием гостей требовал от хозяев создания максимально комфортных условий для их пребывания, что, в свою очередь, влияло на развитие в области материальной культуры: строительство жилья и дорог, совершенствование домашней утвари и т. п. Таким образом, обычаи гостеприимства давали четкие побудительные мотивы для развития материальной культуры

---

[1] Коваленко Т.Д. Гостеприимство в бизнесе. — Пенза: Изд-во Пензенского гос. университета, 2002. — С. 7.

[2] Зенкин С.Н. Гостеприимство: к антропологическому и литературному определению. // Традиционные и современные модели гостеприимства: Материалы российско-французской конференции 7–8 октября 2002 г. / Отв. ред. С.Н. Зенкин. — М.: РГГУ, 2004. — С. 168.

человечества. Но кроме материального комфорта нужно было обеспечить гостю и духовный комфорт. У всех народов сложились определенные ритуалы приема гостей, чьими отличительными чертами были радушие и щедрость хозяев, а основным принципом — человеколюбие.[1]

В древности и в эпоху Средневековья гостеприимство принимало формы международно-правового института защиты чужаков — торговцев, послов и др., а также могло иметь форму повинности — нижестоящие должны были определенное время содержать вышестоящих и их гостей. Ритуалы гостеприимства нашли отражение в календарной, свадебной, погребальной обрядности.

Национальные и региональные особенности гостеприимства формируются под влиянием историко-культурных особенностей того или иного региона. Истоки традиций гостеприимства любого народа уходят в глубь веков. С. Зенкин полагает, что решающим признаком, отличающим гостеприимство, являются ритуалы *приема и проводов*, когда драматически разыгрывается и временно нейтрализуется основополагающая оппозиция «свое/чужое»: в ходе этих ритуалов гость становится «своим чужим», «осваивается» или «присваивается» хозяевами.[2]

Вот некоторые примеры. «Древний грек и северный германец, свирепый и кровожадный индеец, грубый по воззрениям африканский дикарь или русский инородец, мстительный и вероломный кавказский горец, не задумывающиеся убить путешественника из-за угла, встречают его как гостя — если ему удалось добраться до них в этом качестве и попросить приюта — не только не враждебно, но и в высшей степени радушно: гостя обсушат и обогреют, для него приготовят из последних, взятых в долг или даже украденных запасов насколько возможно роскошный стол, дадут на ночь удобное помещение, уступят хозяйскую постель, иногда вместе с женой, или пошлют в постель дочери, а при отъезде одарят подарками, проводят до границ владений общины и часто сочтут оскорблением для себя всякое предложение платы». [3]

---

[1] Соколова М.В. Феномен гостеприимства на Древнем Востоке и в Античном мире. — М.: МГПУ, 2009. — С. 4.

[2] Зенкин С.Н. Гостеприимство... — С. 169.

[3] Гостеприимство. // Энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона. — С.-Пб.: Брокгауз–Ефрон. 1890–1907.

В «Илиаде» и «Одиссее» Гомера находим примеры гостеприимства древних греков. «Если бы друг, кто и хуже тебя, посетил нас, мы долг свой гостя почтить сохранили бы свято — Зевс к нам приводит нищих и странников», — говорит Эвмей в «Одиссее». «Странник молящий не менее брата родного любезен всякому, кто одарен от богов не безжалостным сердцем», — говорит Алкиной.

«Дом алабанца — это жилище Бога и гостя. Прежде чем стать домом для своего хозяина, он должен быть домом для гостя. Гость — высшая этическая категория, важнее кровных уз». «С того момента, как самый скромный путешественник с котомкой за плечами постучит в твою дверь и придет к тебе в качестве гостя, он превращается в существо необычайное — неприкосновенного суверена, законодателя, светоча всего мира» (И. Кадаре).[1]

По адыгскому традиционному праву человека, нарушившего закон гостеприимства, сбрасывали в пропасть. Известны случаи, когда мстить убийце члена семьи, гостившему у нее, начинали только после того, как гость покидал пределы родовых владений. На хозяина возлагалась обязанность выполнения любой просьбы гостя, включая содействие в кровной мести. Если гость хвалил какую-либо вещь, обычай требовал преподнести ему ее в подарок. Существовал обычай «трех дней», когда вся семья была занята выполнением желаний гостя, после этого гость приравнивался к членам семьи и обхождение с ним упрощалось.[2]

Христианские культуры основывают традиции гостеприимства на Библии. Например в Ветхом Завете, рассказывается о явлении Бога Аврааму в виде трех странников: «Он возвел очи свои, и взглянул, и вот, три мужа стоят против него. Увидев, он побежал навстречу им от входа в шатер и поклонился до земли». Путники сразу же оказываются в центре внимания, им начинают оказывать различные услуги и готовить обильную трапезу. Авраам «поспешил» к своей жене Сааре и сказал, чтобы она угощала гостей самым лучшим, «поскорее замеси три саты лучшей муки, и сделай престные хлебы». А сам «побежал к стаду,

---

[1] Цит. по: Традиционные и современные модели гостеприимства: Материалы российско-французской конференции 7–8 октября 2002 г. / Отв. ред. С.Н. Зенкин. — М.: РГГУ, 2004. — С. 20.

[2] Традиционные и современные модели гостеприимства: Материалы российско-французской конференции 7–8 октября 2002 г. / Отв. ред. С.Н. Зенкин. — М.: РГГУ, 2004. — С. 7–8.

и взял теленка нежного и хорошего, и дал отроку, и тот поспешил приготовить его. И взял масла и молока, и теленка приготовленного, и поставил перед ними; а сам стоял подле них под деревом. И они ели».[1] Может быть, поэтому у многих христианских народов существует поверье, что нищий — гость (посланник) Бога. Вот почему хозяин дома в провинции старался принять бедных, если они оказывались у него на пороге, как можно лучше и никогда не отказывать в приюте. Гостеприимство, проявленное по отношению к бедным, так же как и милостыню, можно рассматривать как некое подношение или акт милосердия.[2]

Прием гостя основан на одной из главных библейских заповедей — «возлюби ближнего как самого себя». Во всех Евангелиях есть сюжет о том, как Иисуса Христа приглашает к себе в дом Симон, один из фарисеев, причем относится к гостю как к местной знаменитости, как к неодушевленной диковинке, не проявляя должного гостеприимства. Грешница же Мария, узнав о местопребывании Иисуса, пришла, чтобы высказать ему свое благоволение. Иисус говорит, обращаясь к Симону: «Я пришел в дом твой, а ты воды Мне на ноги не дал; а она слезами облила Мне ноги и волосами головы своей отерла. Ты целования мне не дал; а она, с тех пор как Я пришел, не перестает целовать у Меня ноги. Ты головы Мне маслом не помазал; а она миром помазала мне ноги. А потому сказываю тебе: прощаются грехи ее многие за то, что она возлюбила много; а кому мало прощается, тот мало любит».[3]

На Руси, и в частности в Москве, заложению традиций гостеприимства способствовали торговые и дипломатические связи.

О древних славянах рассказывают, что нет народа, который был бы гостеприимнее и радушнее их: «Все они в принятии гостей ревностны, как бы по уговору, и никто не имеет надобности просить у них пристанища... Ежели же кто-нибудь, что случается очень редко, будет

---

[1] Бытие 18, 6–8.

[2] Ярославский Е. Нищие всегда ожидаемы в доме крестьянина. // Традиционные и современные модели гостеприимства: Материалы российско-французской конференции 7–8 октября 2002 г. / Отв. ред. С.Н. Зенкин. — М.: РГГУ, 2004. — С. 29.

[3] Матф. 26, 7; Иоанн. 11, 2; Лук.7, 44–47. Цит. по: Соколова М.В. Аксиологические аспекты гостеприимства (Библейские парадигмы). // Сб. научных статей Всероссийской научной конференции «Проблемы истории сервиса: здравоохранение, культура, досуг», 9 декабря 2003 г. — М.: МГОУ, 2004. — С. 119.

уличен в отвержении странника, то позволительно сжечь его дом и имущество; на такого поднимаются все, в один голос называя бесчестным, низким, достойным презрения того, кто не постыдился отказать в хлебе страннику».[1]

Гостеприимство славян описывал Н.М. Карамзин: «Всякий путешественник был для них как бы священным: встречали его с ласкою, угощали с радостию, провожали с благословением и сдавали друг другу на руки. Хозяин ответствовал народу за безопасность чужеземца, и кто не умел сберечь гостя от беды или неприятности, тому мстили соседи за сие оскорбление как за собственное. Славянин, выходя из дому, оставлял дверь отворенную и пищу готовую для странника. Купцы, ремесленники охотно посещали Славян, между которыми не было для них ни воров, ни разбойников; но бедному человеку, не имевшему способа хорошо угостить иностранца, позволялось украсть все нужное для того у соседа богатого: важный долг гостеприимства оправдывал и самое преступление». [2]

В эпоху усиления Московского государства при Иване III купцов и дипломатов встречали в Москве радушно, одаривали и при их желании определяли на службу. Купцам с ценным и редким товаром открывался путь прямо ко двору великого князя.

Специальный церемониал существовал для гостей, прибывающих с дипломатической миссией. Например, в источниках описан прием невесты Ивана III Софьи Палеолог, которая, выехав из Рима в июне 1472 г., к октябрю достигла русских границ в районе Пскова. Псковичи преподнесли гостье кубок с вином и торжественно приветствовали ее (впоследствии сформировался ритуал встречи с хлебом и солью, ставший для Русского государства традиционным). Далее гостей отвели на княжеский двор, где уже были накрыты столы для пира. Блюда были простыми, но сытными: жареное мясо разных сортов, дичь, рыба, пироги с разными начинками. На десерт гостям по их вкусу подали засахаренные фрукты. Не были оставлены без внимания слуги, их хорошо накормили и разместили в домах горожан. Каждый день пребывания в Пскове гости удостаивались званых обедов, на прощальном торжестве невесте преподнесли множество подарков и огромную

---

[1] Цит. по: Гостеприимство. // Энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона. — СПб.: Брокгауз-Ефрон. 1890–1907.

[2] Карамзин Н.М. История государства Российского. — Т.1. Электронный ресурс: http://az.lib.ru/k/karamzin_n_m/text_0040.shtml

по тем временам сумму в 50 рублей. В Москве для высоких гостей соорудили отдельный терем, со всей округи привозили туши коров, свиней, баранов.

Среди русского населения ритуал приема гостей полностью зависел от сословной принадлежности гостя. В целом он повторял царский ритуал.

Гость, принадлежащий к высшему сословию, имел право подъезжать на лошади прямо к крыльцу. У ворот дорогого гостя ожидали слуги хозяина, во дворе — ключник или родственник хозяина, на крыльце — сам хозяин. Если гость по своему положению был ровней хозяину, то его встречали в сенях или горнице. При встрече обменивались рукопожатием, заключали друг друга в объятия и целовались. Более почетного гостя следовало приветствовать без головного убора низким поклоном. Представители низшего сословия во двор на лошадях не въезжали. Они пешком подходили к крыльцу, заранее сняв шапку. Хозяин ожидал их в горнице.

Из вежливости любой гость обязан был вытереть ноги, высморкаться и прокашляться. Палку-посох оставляли в сенях. В горнице следовало снять шапку, трижды перекреститься и поклониться иконам. Только после этого приветствовали хозяина словами «дай Бог тебе здоровья». Гости, равные по положению хозяину, могли приветствовать его наклоном головы. Низшие сословия должны были трижды поклониться, касаясь рукой пола, либо встать на колени и коснуться пола лбом. Наиболее почетных гостей усаживали под образами, сам хозяин занимал место справа от них.

Разговор любого гостя следовало начинать с вопроса о здоровье хозяина и его домочадцев. Гостю низшего положения следовало называть хозяина по имени-отчеству, демонстрируя уважение.

Жена хозяина могла принимать участие в приеме званых гостей, родственников или пожилых людей. Детям и незамужним девушкам выходить к гостям не полагалось. Но если хозяин особенно благоволил к гостям, он мог показать им всех домочадцев. В благодарность приглашенному следовало их поцеловать.

Во время визита гостям всегда предлагались напитки и лакомства.

При расставании гость также должен был перекреститься, поклониться иконам, потом сказать хозяину «дай Бог тебе здоровья!» и раскланяться. Знатного гостя глава дома провожал до ворот, ровню — до крыльца, остальных не провожали.

По случаю праздников (Пасха, Рождество Христово, Троица, Масленица, семейные торжества — свадьба, рождение и крещение детей, именины, новоселье, получение новой должности) полагалось устраивать пиры с большим количеством напитков и блюд. Небогатые люди могли устраивать пиры вскладчину. Знатные и богатые люди собирали застолья, на которые приглашали всех родственников и друзей.

На семейные праздники гостей звали вместе с женами, которых сажали за особый стол. Только на свадьбах мужья и жены сидели друг против друга. Обычно пиры устраивались в самой большой комнате дома, иногда в сенях. Вдоль стен ставили скамьи и столы, покрытые скатертями. На окна вешали занавески, на полы стелили ковры. Украшением комнаты служил шкаф с дорогой посудой. За столом гости занимали места, соответствующие их социальному положению. Место под образами отводилось для хозяина и самых почетных гостей. Наиболее знатные гости располагались по правую руку от хозяина, менее знатные — в конце стола. Перед началом пира хозяйка дома выходила и кланялась гостям в пояс, после чего становилась у дверей, из которых выходил хозяин. Он кланялся всем до земли, просил поцеловать жену. Гости по очереди отвечали на поклон и целовались с хозяйкой. После этого хозяйка подносила каждому гостю чарку вина. Первый гость предлагал сперва попробовать хозяину, а тот передавал чарку хозяйке. Хозяйка, немного отпив, передавал чарку хозяину, который выпивал до дна. Далее гостям наливали по новой, и начинали пить все остальные. После этой церемонии хозяйка покидала мужское общество, гости рассаживались за столы, хозяин разрезал на куски большой каравай хлеба и вместе с солью передавал каждому гостю, показывая свое расположение. После раздачи хлеба начинали выносить кушанья. Перед хозяином ставили большое блюдо со множеством кусков, которые он раздавал некоторым гостям лично, в знак уважения. Прочим гостям подносили кушанья слуги. В середине пира подавали круглые пироги с начинкой — блюдо, обязательное для всех застолий. В этот момент к гостям выходили жены живущих в доме родственников. Их мужья выходили из-за стола, просили гостей поцеловать жен и принять от них вино. Жена хозяина выходила в новом платье, снова подносила каждому гостю вино в знак уважения, и напоив всех, становилась у края стола.

Пиршества обычно продолжались с обеда до глубокой ночи. Начинали с жареной дичи и заканчивали похлебками. Все это сопровождалось большим количеством напитков. На малопьющих смотрели с подозрением.

Протопоп Сильвестр, автор «Домостроя» — книги о домашнем хозяйстве XVI века, считал, что ходить в гости надо не ради застолья, а ради доброй беседы. Во время нее нельзя было обсуждать ни князей, ни бояр, ни своих соседей, не следовало выспрашивать о чужих тайнах, смеяться над присутствующими.

Даже за женским столом хозяйка старалась напоить гостей. Ну а хозяин строго следил, чтобы ни один гость не ушел домой на своих ногах. Во время застолья тосты произносили и хозяин, и каждый гость. Следовало с чашей в руке выйти на середину комнаты, первым выпить до дна, после этого гости пели «Многие лета» тому, за кого произносили тост. Хозяин также должен был накормить слуг своих гостей, которых угощали в отдельном помещении под присмотром хозяйских слуг. Затраты на застолье отчасти компенсировались подарками, которые приносили гости.

Для того чтобы достойно принять гостя, в каждом доме делались запасы продовольствия и хмельных напитков. В погребе у любого зажиточного человека должны были храниться хлеб, калачи, сыры, яйца, сметана, лук, чеснок, мясо свежее и солонина, рыба свежая и вяленая, свежий мед, бульон мясной и рыбный, студень, готовые блюда из рыбы и мяса, свежие и соленые огурцы и капуста, репа, овощи, грибы, икра, рассол, морс, в патоке вишни, малина, яблоки, груши, дыни, арбузы, сливы, лимоны, пастила, квас яблочный, вода брусничная, вина итальянские, водка, меды, пиво, брага.

У низших сословий нравы гостеприимства и застолий были более свободными. Мужчины и женщины сидел за одним столом, подвали друг другу чаши с вином, целовались и заигрывали друг с другом. Для развлечения гостей приглашали гусляров и скоморохов. Сначала исполняли старинные героические песни-былины, потом удалые воинские, заканчивалось все срамными частушками, неприличными шутками и анекдотами. [1]

Эпоха Петра I внесла в русское гостеприимство традиции европейского застолья. Правда, это затронуло, преимущественно, высшие

[1] Москва гостеприимная. Вчера и сегодня. — Кн.1. — М., 2004. — С. 42–53.

слои общества. Появилось, например, такое явление, как ассамблеи — светское собрание в одном из домов знати. На ассамблеях забывали о некоторых традиционных ритуалах гостеприимства, например, о приветствии более высоких по статусу гостей, отсутствии женщин за общим столом и др., для того, чтобы царил дух веселья и непринужденности. Также разрешалось вести беседы о важных государственных делах, но так, чтобы это не мешало танцам и играм.[1]

Впоследствии русское гостеприимство находит свое выражение в создании индустрии гостиничного и ресторанного бизнеса. В фундаментальном многотомном исследовании «Москва гостеприимная» рассказано о всех этапах развития этой индустрии в Москве с момента ее зарождения по настоящее время. Но при этом остается гостеприимство вне индустрии. Люди всех сословий продолжают принимать гостей у себя в домах. О некоторых проявлениях домашнего гостеприимства, писал, например, французский писатель А. Дюма: «В России оставшийся ночевать гость вызывает у хозяев не так много хлопот, как во Франции, где считают необходимым застелить для него постель — на мягкой кровати, с матрасом, простынями, подушками, одеялом. В России хозяин дома <...> говорит своему гостю: «Уже поздно, оставайтесь». Гость с поклоном говорит: «Хорошо», — и это все. Хозяин больше никак не занимается своим гостем».[2]

На весь мир славится **кавказское гостеприимство,** формирование особенностей которого связано отчасти с тем, что это т.н. «перекресток народов». Здесь насчитывается более 50 больших и малых коренных народов, люди говорят на более чем 40 языках. Разнообразна религиозная и политическая картина региона.

Отношения гостеприимства на Кавказе считались даже более важными, чем требования кровной мести. Институт гостеприимства близок институту куначества, когда гостеприимство было направлено на знакомого.

К застольному этикету Кавказа относится умеренность в пище, воздержанность в употреблении спиртного, большое количество тостов, позволяющее превознести лучшие качества виновника торжества,

---

[1] Москва гостеприимная. Вчера и сегодня. — Кн.1. — М., 2004. — С.103.

[2] Цит. по: Небуа-Момбе Ж. Русское гостеприимство во французском популярном романе конца XIX века. // Традиционные и современные модели гостеприимства: Материалы российско-французской конференции 7–8 октября 2002 г. — М.: РГГУ, 2004. — С. 246.

дорогого гостя. В честь уважаемого гостя резали что-то из скотины, — в этом обряде отголосок языческого жертвоприношения гостю как Богу, о чем говорит поговорка «гость в дом — Бог в дом». Гостям и старейшинам полагались лучшие, почетные куски мяса: например, у абхазов это лопатка или бедро, у кабардинцев — правая половина головы и правая лопатка. Если гость переставал есть, ему подносили еще одну долю. Отказ считался неприличным. Хозяин никогда не прекращал есть раньше гостя. Съедать всю поданную пищу также считалось неприличным, оставшееся на столе было долей «убирающего стол». Женщины в мужском застолье не участвовали.

Застольный этикет соблюдался строго даже в самых бедных семьях. Ему учились с детства. Порядок посадки членов семьи за столом нарушался только тогда, когда в доме был гость. Рядом с ним сажали близкого ему по возрасту члена семьи. Из культуры кавказских народов распространилась по всему миру традиция произносить тосты и назначать тамаду, без первого тоста которого не начинали застолье.[1]

Традиции гостеприимства **Японии** сохраняются сегодня, в частности в традиционных японских гостиницах рёкан. Рёкан — это не просто место, где временно останавливается японец. Это продолжение домашней жизни, перенос быта почти в подобную ей, но опоэтизированную среду. В гостинице рёкан гостю ни о чем не надо беспокоиться. Пока идет оформление, ему подают зеленый чай, а он тем временем любуется разноцветными карпами в пруду садика. В номере гостя ждет чай со сладостями, а также легкое кимоно, тапочки и горячая ванна. Ко сну постель готовят служащие гостиницы, доставая из встроенных шкафов матрацы, одеяла, простыни и подушки. Утром постель полностью убирается. Подача еды и напитков в номер в любом рёкане Японии является нормой. Комнаты различаются по названиям цветов, деревьев, названия которых каллиграфически выписаны на дверях, так как с древности отношение японцев к цветам и деревьям носило мистический характер. Из окон рёкана должен открываться прекрасный вид: постройка должна быть увязана с водой, рельефом, растительностью. Иногда ландшафт создается специально: водопады, озера, скалы, группы островков... Во дворе — посыпанные гравием дорожки, каменные фонари, пруды с цветными карпами. Нет границы между внутренней зоной дома и внешней: сочетание рёкана с природой —

[1] Гостеприимство Северного Кавказа. — Пятигорск, 2009. — С. 32–35.

обязательное условие. При этом в Японии нет ни одного похожего на другие рёкана. По мнению японцев, человек, созерцающий сад, ощущает себя частью природы, в окружении которой он приобретает гармонию духа. Многие рёканы расположены на термальных источниках, что особенно привлекает японцев. Обязательно и посещение бани. Это также особый ритуал; для японца баня — это и гигиена, и терапия тела и духа. В традиционной гостинице рёкан японец приводит в порядок мысли, сосредотачивается на главном, наслаждается природой, таким образом реализуется «мировоззренческая концепция отношения человека и природы как одна из основополагающих в японской культуре».[1] Популярность традиционных гостиниц рёкан в Японии говорит еще об одном представлении японцев: ценно все, что имеет корни и возвращает человека к истокам. Внешнее оформление и внутреннее убранство рёканов отражают эстетические принципы японской культуры: избегать лишнего, стремиться к простоте, создавать покой и даровать умиротворение (возвышенная простота, печальное очарование).

Полы покрыты татами, на которых проходит вся домашняя жизнь японцев. Стены окрашены в нейтральные тона (предпочтителен белый). Минимум мебели. Центральная, парадная часть интерьера — ниша (токонома). Интерьер дополняют детали, изысканная отделка. Для японца деление искусства на чистое и прикладное носит условный характер. В любом изделии домашней утвари сочетаются красота и практичность. Большое помещение делится на малые с помощью ширм, которые расписаны в традиционном японском стиле. Декоративные предметы рассчитаны на любование формой, цветом, фактурой.

Питание в гостинице рёкан традиционно для японцев, для которых трапеза — это не столько обыденное прозаическое занятие, сколько эстетическое действо, способное доставить и эстетическое наслаждение. Например, особенная привязанность японцев к белому — символу священности, возможно, связана с тем, что основные продукты питания японцев белого цвета: отваренный на пару рис, бобовый творог, сырая, чаще белая рыба, белый суп мисо, сбитый крем из разновидностей картофеля «тороро», прессованная вареная рыба и т. п. Еда также должна соответствовать принципам, сложившимся веками: 1) существует

[1] Кужель Ю.Л. Японские традиционные гостиницы рёкан в культуре страны. М: Книгодел, 2007. — С. 50.

пять способов обработки продуктов: их режут, варят, жарят на огне, жарят в масле, тушат; 2) еда должна соответствовать одному из пяти вкусов: быть сладкой, соленой, кислой, горькой или острой; 3) еда призвана вызывать пять ощущений: эстетическое наслаждение от красоты готового блюда, воздействовать на слух, быть ароматной, горячей в меру или холодной; 4) цветовая палитра должна включать пять цветов: белый, черный, желтый, красный, зеленый. Меню похоже на поэтический сборник, художественно оформленный. Еда и убранство стола соответствуют сезонам. Классическое японское застолье начинается с закуски (сакидзукэ), призванной вызвать аппетит; далее следуют вторая деликатесная закуска (хассун), первое основное блюдо из сырых морепродуктов (сасими), которое подают на специальной тарелке, а апофеозом трапезы являются жареная рыба и бульон. В завершение — зеленый чай и сладости (вагаси).[1] Сегодня предлагают разные варианты классического застолья, но непременно учитывается, что основная еда японцев — морепродукты и что многие японцы живут под девизом «я никого не ем», придерживаясь вегетарианской кухни.

В целом «в рёкане все должно говорить гостю, что он здесь не чужой, его пристрастия и привычки учтены, каждый предмет выдержан в соответствии со сложившимися вековыми традициями. Гостиница — это временное пристанище, но она сохраняет домашнюю атмосферу, пребывание в которой дает ощущение покоя и умиротворения, способствует отдыху от стремительного темпа, до предела заполняющего жизнь современного японца».[2]

Человек и его потребности как основа гостеприимства

В центре внимания индустрии гостеприимства оказывается гость (клиент, потребитель). Сам феномен гостеприимства невозможен без факта прихода в гости (гощения). «Гощение и гостеприимство представляют собой бинарную пару, они взаимосвязаны, взаимозависимы и не могут существовать раздельно».[3]

Существуют разные причины прихода в гости или «гощения»: личное стремление провести досуг, необходимость присутствовать на

---

[1] Кужель Ю.Л. Японские традиционные гостиницы рёкан в культуре страны. М: Книгодел, 2007. — С. 111.

[2] Там же. — С. 63.

[3] Соколова М.В. Феномен гостеприимства на Древнем Востоке и в Античном мире. — М.: МГПУ, 2009. — С. 6.

каком-то личном, семейном или официальном мероприятии (свадьба, юбилей и др.). Таким образом, поход в гости может носить вынужденные черты, он может быть вызван экономическими, политическими, социальными, идеологическими, нравственными и прочими причинами. Гощения могут быть массовыми и индивидуальными, запланированными и спонтанными, различной продолжительности. Что объединяет любые походы в гости — так это то, что гость должен рано или поздно уйти (т.н. возвратность).

Гость — это 1) человек, который навещает, посещает кого-то; 2) лицо, которое приглашают присутствовать на мероприятии; 3) потребитель, имеющий намерение заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий разнообразные услуги гостеприимства.

Именно гость, его желания, потребности, нужды, интересы являются высшей ценностью для профессионалов, занятых в сфере гостеприимства. А.Ю. Александрова, характеризуя рынок туризма, отмечает, что одна из главных его особенностей — сильная социальная составляющая. Он как бы «наполнен человеком». Человек — это ядро всех процессов, главная движущая сила. «Вся система отношений в туризме есть одновременно и процесс, и результат взаимодействия личных воль, личных выборов поведения, личных мотиваций и ограничений».[1]

Если мы говорим о гостеприимстве, то предпочтительнее использовать понятие «гость», а не «клиент». Важно понимать, что гость — это:

— важнейшая фигура в предприятии гостеприимства;

— гость не зависит от нас, но мы зависим от него;

— гость — не помеха нашей работе, а ее смысл и цель; не мы делаем ему одолжение, обслуживая его, а он делает нам одолжение, предоставляя возможность обслужить его;

— гость — не посторонний, а живая часть нашего предприятия;

— гость высказывает свои желания, наша задача выполнить эти желания с пользой для себя и для него.

Таким образом, «высшей целью деловой активности в сфере гостеприимства является прежде всего удовлетворение нужд гостя, и только потом — увеличение доходов предприятия».[2]

---

[1] Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник. — 2-е изд. — М.: КНОРУС, 2010. — С. 13.

[2] Коваленко Т. Д. Гостеприимство в бизнесе. — Пенза: Изд-во Пензенского гос. университета, 2002. — С. 8.

В максимальном удовлетворении потребностей человека, выступающего в качестве гостя, клиента, состоит гостеприимство. Более того, от работников современных гостиниц требуется предчувствовать, предсказывать **потребности** гостя.

Потребности в самом общем смысле есть состояние нужды, недостатка в чем-либо; состояние, стимулирующее деятельность, направленную на восполнение этого недостатка.

Потребности могут испытывать индивиды, группы, организации, общество в целом.

Существуют разные классификации потребностей человека. Выделяют следующие группы потребностей: материальные и духовные, индивидуальные и групповые, производственные и непроизводственные, рациональные и нерациональные, текущие и ожидаемые, реальные и идеальные, жизненно важные и второстепенные, традиционные и новые, постоянные и временные, возвышенные и низменные и др.

По критерию происхождения потребности делятся на: первичные, то есть необходимые условия биологического существования человека — питание, сон, поддержание температуры тела с помощью одежды и жилья; вторичные (социальные) — общение, получение знаний, признание заслуг и др.

Также все категории потребностей можно подразделить на две группы: потребности существования (в пище, одежде, безопасности, причастности) и потребности достижения целей (материальные, социальные, интеллектуальные, духовные).

Все потребности человека имеют социальный характер, формы их проявления зависят от уровня развития культуры и общества. Чем разнообразнее деятельность человека, тем сложнее система ценностей и потребностей.

Американский социальный психолог А. Маслоу (1908–1970) создал иерархическую теорию потребностей. Иерархия зависит от фазы развития индивида. Потребности располагаются следующим образом, от низшего к высшему:

— физиологические потребности;
— потребность в безопасности и защищенности;
— потребность в принадлежности, причастности, любви;
— потребность в самоуважении и признании;
— потребность в самовыражении (личный рост).

Человек, прежде чем перейти к следующей категории потребностей, должен попытаться удовлетворить потребности более низкой иерархии. Удовлетворение потребностей низшего порядка позволяет более высоким потребностям служить мотиватором человеческого поведения и влиять на него.

Потребности служат мотивом к действию. Когда недостаток какой-либо потребности ощущается особенно сильно, в человеке пробуждается состояние устремленности. Человек ставит цель и концентрируется на ее достижении. В результате потребность может быть удовлетворена полностью или частично. Производители товаров и услуг сознательно мотивируют потребителей на приобретение производимой продукции. Мотивировать — значит побуждать, приводить в движение субъекта (индивида, группу, организацию) для удовлетворения соответствующих потребностей (в том числе и для получения определенных благ).[1]

Какие же потребности человека / гостя может удовлетворить сфера гостеприимства? Это в первую очередь физиологические потребности (еда, сон, физиологический отдых). Все это возможно только при условии удовлетворения следующего уровня потребностей, а именно потребности в безопасности — гость должен чувствовать себя в номере в полной безопасности.

Оформление номера позволяет удовлетворять эстетические потребности гостя, оборудование номера — повседневные потребности в комфорте.

Заезжая в отель, гость становится частью большого коллектива, это отчасти удовлетворяет его потребность в причастности.

Отель предлагает гостям и дополнительные услуги, которые направлены на удовлетворение разнообразных потребностей гостей.

Так как все люди разные, выделяют группы людей со сходными потребностями. Изучение потребностей лежит в основе маркетинга предприятия. На основе потребностей формируются желания, все это в совокупности рождает потребительский спрос. Каждой социальной группе потребителей (сегменты рынка) соответствует свой набор потребностей и предпочтений.

В целом поведение потребителя складывается под влиянием этнонациональных, культурологических, морально-этических и многих других

---

[1] Удальцова М.В., Наумова Е.В. Сервисология. Человек и его потребности. / Учебное пособие. — М., 2011. — С. 49.

факторов, придающих ему особую сложность. Так формируются национальные модели экономического поведения туристов и экскурсантов.

На поведение покупателя самое широкое и глубокое влияние оказывают культурные факторы, в частности уровень внутренней культуры человека, т. е. степень восприятия и принятия культурных особенностей общества, в котором он вырос и воспитывался. Сюда относятся основные ценности, поведенческие особенности, потребности и др. Это выражается в предпочтениях в еде, требованиях к жилищу, одежде, в формах организации досуга, формах общения и др.

Сегментирование клиентов индустрии гостеприимства ведется с помощью ряда критериев, характеризующих объем и качество спроса определенной группы потребителей на тот или иной товар (услугу). Вот некоторые возможные способы сегментирования рынка.

1. — Географический признак подразумевает деление клиентов на группы по регионам (странам) их происхождения; представители каждой страны имеют определенные стереотипы поведения, сходные предпочтения и ожидания.

2. — Геодемографический признак дополняет региональную разбивку характеристиками «город/село» и «уровень урбанизации»; современный крупный город оказывает сильное влияние на жизнедеятельность и адаптационные возможности человека.

3. — Демографический признак сегментирования — это деление рынка на группы по возрасту, полу, семейному положению, составу семьи и др., что оказывает влияние на потребности и предпочтения; например, в туризме принято выделять следующие возрастные группы:

- от 0 до 14 лет — дети, путешествующие с родителями;
- от 15 до 24 лет — учащаяся молодежь, путешествующая самостоятельно, имеет ограниченные средства на поездку;
- 20–30 лет — работающая молодежь, путешествующая самостоятельно, имеющая средний и высший уровень достатка;
- 25–45 лет — экономические активные люди, путешествующие с детьми;
- 45–65 лет — экономически активные люди, путешествующие без детей;
- от 65 и старше — неработающие пенсионеры.

Каждая возрастная группа имеет свои стереотипы поведения во время поездок и отдыха, свои определенные потребности.

4. — Социально-экономический признак — уровень доходов; вплоть до начала XX века туризм носил аристократический характер.

Сегодня он ориентирован на т.н. «средний класс»; материальное благосостояние человека сильно влияет на его потребности, предпочтения, покупательскую способность.

5. — Сегментирование по психографическому признаку предполагает изучение образа жизни людей, который находит выражение в деятельности, интересах и мнениях.

6. — Поведенческий признак — важное значение для туризма имеют склонность к переменам, готовность к приключениям и риску, степень консерватизма, требования к комфорту в путешествии, интеллектуальный уровень туристских запросов.

Перед тем как разрабатывать новые товары и услуги, маркетологи пытаются определить тенденции изменений в культуре под воздействием перемен, происходящих в природе и обществе. Например, повышенная тяга к здоровому образу жизни, характерная для современной культуры, привела к появлению во многих гостиницах спортклубов и спортзалов; а склонность постояльцев к здоровому питанию изменила ресторанные меню.

Индустрия гостеприимства как направление бизнеса

Гостеприимство сегодня — это сложное, многообразное явление, которое превратилось в профессию для огромного числа людей. Главная задача предприятий этой сферы — предоставление разнообразных услуг людям, оказавшимся по тем или иным причинам вне дома или нуждающимся в помощи других людей.

Термин «индустрия» в переводе с латинского означает «старательность», «усердие». В современном понимании индустрия означает промышленное производство, которое требует использования техники и технологии.

Индустрия гостеприимства — это бизнес людей, ухаживающих за другими людьми; это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедрым, дружелюбным отношением к гостям (словарь Уэбстера[1]).

---

[1] Термином «словарь Уэбстера» обозначают также всю линейку словарей, созданных Н. Уэбстером (1758–1843): «A Compendious Dictionary of the English Language» («Краткий словарь английского языка», 1806); «An American Dictionary of the English Language» («Американский словарь английского языка», 1828) и др.

Сегодня индустрия гостеприимства трактуется как собирательное понятие для многочисленных и разнообразных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей.

Появление индустрии гостеприимства исторически тесно связано с общественным разделением труда, отделением торговли от ремесла и земледелия. Развитие торговли, в свою очередь, «дало толчок дальнейшему углублению разделения труда и появлению особого рода трудовой деятельности человека — приема и размещения путешествующих лиц».[1] Таким образом, разнообразные заведения гостеприимства появляются в эпоху Античности, в Греции и Риме. Услуги по размещению и питанию становятся объектом торга, зарождается профессия «гостинщик». Впоследствии, в эпоху Нового времени, начиная с XVI–XVII вв., когда в Европе с появлением крупных государств и установлением политических и экономических связей между ними, был дан новый толчок путешествиям, появились предприимчивые люди, предлагающие за вознаграждение помощь в подготовке и осуществлении путешествий с разными целями.

Рассмотрим варианты трактовки понятия «индустрия гостеприимства» в современной научной и учебной литературе.

«Под индустрией гостеприимства понимается совокупность различных средств размещения, а также организаций и предприятий, расположенных на территории средства размещения и обеспечивающих предоставление различных услуг гостям: питание, развлечение, обмен валюты, заказ билетов, бытовые услуги, прокат оборудования, проведение конференций и т. п. Таким образом, понятие «индустрия гостеприимства» выступает как сложно структурированное и неоднородное, основным звеном которого выступает гостиница или другое средство размещения».[2]

«Индустрия гостеприимства — это совокупность сфер деятельности людей, направленных на удовлетворение потребностей людей, прибегающих к услугам туристической сферы. К индустрии гостеприимства можно отнести и непосредственно туризм, и гостиничный

---

[1] Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник. — 2-е изд. — М.: КНОРУС, 2010. — С. 8.

[2] Чудновский А.Д., Жукова М.А., Белозерова Ю.М., Кнышва Е.Н. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления. — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2011. — С. 3.

бизнес, и развлечения, и организацию экскурсий, и многие другие сферы, т. е. все то, что необходимо для полного удовлетворения запросов любого туриста».[1]

«Индустрию гостеприимства можно рассматривать как разнообразие форм предпринимательства, специализирующееся на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием клиентов. Индустрия гостеприимства включает сеть предприятий (гостиниц, турфирм, ресторанов, кафе и т. д.), специализирующихся на предоставлении основных услуг по размещению и питанию, а также дополнительных услуг по обслуживанию деловых встреч, конференций, отдыха и лечения. Индустрия гостеприимства в настоящее время представляет собой важную составляющую экономики туристского центра или хозяйства региона, имеющего объекты туристского интереса».[2]

В отношении составных частей индустрии гостеприимства существуют разные точки зрения. Дж. Уокер, один из крупнейших зарубежных специалистов в области гостеприимства, полагает, что индустрия гостеприимства и туризма — самое крупное и самое динамично развивающееся направление бизнеса в мире, а наиболее интересная особенность этой индустрии — наличие многих профессиональных направлений.[3]

По мнению Дж. Уокера, туризм — это путешествие с целью отдыха или организация такого путешествия. Таким образом, в данной трактовке сфера туризма — это совокупность мероприятий по организации путешествия, а сфера гостеприимства — это обслуживание путешественников.

По мнению В.А. Беляковой, индустрия гостеприимства — комплексная сфера профессиональной деятельности людей, усилия которых направлены на удовлетворение потребностей клиентов (гостей), как туристов, так и местных жителей.[4]

В современной профессиональной литературе широко применяется термин «индустрия туризма и гостеприимства». Как пишет, на-

---

[1] Сивчикова Т.Ю., Носова Н.С. Индустрия гостеприимства. / Учебное пособие. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. — С. 7.

[2] Богомолова Е.С., Шаповалова Н.Г. Индустрия гостеприимства. /Учебное пособие. — Майкоп: Изд-во МГТУ, 2009. — С. 3.

[3] Уокер Дж. Введение в гостеприимство. — М.: ЮНИТИ, 2008. — С. 4.

[4] Белякова В.А. Теоретические основы гостеприимства: Учебное пособие. — Пенза: Изд-во ПГУ, 2010. — С. 6.

пример, Т.Б. Очирова, «в состав индустрии туризма несомненно входят гостиничные предприятия».[1] В.А. Белякова полагает, что, хотя гостеприимство и входит в это понятие как составной элемент, следует отметить, что гостеприимство — это более емкое и широкое понятие, так как его задачей является удовлетворение потребностей не только туристов в узком смысле, но и потребителей вообще.[2] Этой точки зрения мы и будем придерживаться.

Индустрия гостеприимства — это совокупность взаимодействующих друг с другом предприятий, деятельность которых связана с обслуживанием повседневных потребностей людей, находящихся вне дома.

Индустрии гостеприимства и туризма тесно взаимосвязаны, так как именно индустрия туризма профессионально занимается организацией путешествий.

Что касается ***структуры индустрии гостеприимства***, то Дж. Уокер к сфере гостеприимства относит следующие виды деятельности: путешествия (самолет, круизы, железная дорога...), размещение (отели, мотели, курорты...), организация мероприятий (встречи, конференции, выставки...), рестораны и управляемые услуги, отдых и досуг.

Возьмем за основу следующую структуру индустрии гостеприимства:

— предприятия размещения;

— предприятия питания;

— транспортные компании;

— предприятия индустрии развлечений и организации мероприятий;

— предприятия, предоставляющие экскурсионные услуги.

В следующих параграфах рассмотрим подробнее особенности предоставления услуг указанными группами предприятий.

Развитие индустрии гостеприимства зависит от многих факторов: стабильности экономического развития, экологических проблем, достижений научно-технического прогресса, степени безопасности, развития деловой активности и др.

На работу предприятий гостеприимства и туризма влияют факторы времени года, отпусков и каникул, праздничные дни и дни недели,

---

[1] Очирова Т.Б. Цикличность развития индустрии туризма и гостеприимства. — СПб., 2010. — С. 18.

[2] Белякова В.А. Теоретические основы гостеприимства: Учебное пособие. — Пенза: Изд-во ПГУ, 2010. — С. 6.

и др. Невозможно преуспеть в бизнесе этой сферы услуг, не принимая во внимание пол, возраст гостей, их семейное положение, наличие детей, уровень образования, национальность, ежемесячный доход, продолжительность оплачиваемых отпусков (если таковые предоставляются), и т. п.

Сегодня индустрия гостеприимства развивается по законам ***рынка***. Рынок, в самом общем виде, это любое взаимодействие, в которое вступают люди для осуществления торговли друг с другом. Рынок услуг гостеприимства — это способ или форма организации и функционирования экономических связей хозяйствующих субъектов непроизводственной сферы, основанный на принципах свободной купли–продажи, где обеспечивается взаимодействие производства и потребления.[1]

Рынок выполняет функции саморегулирования производства: посредническую (соединяет производство и потребление услуг), ценообразующую, информирующую, стимулирующую, регулирующую, оздоравливающую и др. Законы рынка помогают потребителям получать необходимые и качественные товары и услуги.

В отличие от товарного рынка, рынок услуг имеет такие особенности, как высокая динамичность рыночных процессов, территориальная сегментация, локальный характер (привязка к местности), высокая скорость оборота капитала, высокая чувствительность к изменениям рыночной конъюнктуры, специфика организации производства услуг, потребления услуг, высокая степень дифференциации услуг, неопределенность результата.

Чтобы защитить потребителя и субъектов рынка от недобросовестной конкуренции, обеспечить функционированию рынка стабильность и цивилизованный характер, существуют специальные институты, т. н. инфраструктура рынка услуг. Например, для рынка туристских услуг — это туристские биржи, туристские ярмарки и магазины, региональные и международные туристские выставки, салоны и конференции. Все эти институты призваны содействовать налаживанию контактов между субъектами рынка, информировать о новых видах туристских услуг, демонстрировать передовой опыт в деятельности на рынке.

---

[1] Черевичко Т.В. Теоретические основы гостеприимства: Учебное пособие. — М.: Флинта, МПСИ, 2008. — С. 82.

Вопросы для самоконтроля

1. Сущность понятия «гостеприимство» в историческом и современном аспектах.
2. Национально-культурные особенности гостеприимства: западные и восточные традиции.
3. Традиции русского гостеприимства.
4. Гость как центральное звено индустрии гостеприимства.
5. Сущность понятия «потребность»
6. Классификация потребностей.
7. Сущность понятия «индустрия гостеприимства».
8. Структура индустрии гостеприимства
9. Потребности, удовлетворяемые предприятиями индустрии гостеприимства.
10. Клиентоориентированные технологии на предприятиях индустрии гостеприимства.

Тема 2. Индустрия гостеприимства как сфера услуг

Понятие услуги. Классификация услуг

Ключевым понятием, а также основой деятельности предприятий туризма и индустрии гостеприимства является услуга. Базовые определения, касающиеся услуг и их предоставления, сформулированы в государственном стандарте **ГОСТ Р 50646–2012 «Услуги населению. Термины и определения»**.

Услуга — это вид деятельности, в процессе которой не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта.

Услуга — это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг. Это такой вид целесообразного труда, при котором производство полезного эффекта совпадает по времени с его потреблением.

Материальная услуга: услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей, оказание которой включает деятельность, осуществляемую по отношению к материальному продукту, в том числе, предоставленному потребителем.

Социально-культурная [нематериальная] услуга: услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных, этических потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности потребителя, в том числе

поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионализма.

Сфера обслуживания населения — это совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению. Обслуживание — это деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

В Большой российской энциклопедии указывается, что услуги, это: действие (последовательность действий), осуществляемое поставщиком в интересах потребителя (индивида, группы лиц, юридического лица). С точки зрения потребителя, услуга — это блага, предоставляемые ему в форме деятельности.[1]

Так, портной оказывает материальную услугу, состоящую в том, что он шьет костюм. Именно превращение материала в костюм является услугой портного. Деятельность портного воплощается в костюме. По поводу этой деятельности возникают экономические отношения, связанные с потреблением доходов тех лиц, которые пользуются трудом портного. Такого же рода экономические отношения возникают, когда нанимают репетитора для детей. Но, в отличие от портного, деятельность репетитора не получает предметного воплощения и существует как полезный эффект труда, потребляемый в самом процессе труда, т. е. во время обучения.

Услуга обладает следующими свойствами:

1) неосязаемостью — услуги нематериальны, они существуют только в процессе их оказания и потребления; покупатель не может предварительно осмотреть услугу, он может лишь доверять; степень доверия можно повысить за счет внешнего вида заведения по предоставлению услуг и персонала; необходимы рекламные материалы, доказывающие качество услуг;

2) несохраняемостью — невозможно создать запасы услуг, прибыль от продажи номера в гостинице утрачена безвозвратно, если номер остался свободным;

3) неразрывностью производства и потребления — предоставление услуг предполагает прямой контакт с лицом, которое оказывает услугу; услуги производятся, продаются и потребляются одновременно;

4) изменчивостью / непостоянством качества — качество услуги зависит от того, кто ее предоставляет и при каких условиях.

---

[1] Большая российская энциклопедия: электронная версия. Режим доступа: https://bigenc.ru

Услуги охватывают сотни направлений, связанных с деятельностью человека, обеспечивая ему комфорт на работе, дома, на отдыхе, в путешествиях.

Классификация услуг может осуществляться по видам, группам, ценам, качеству, а также по другим показателям: например, источнику услуги (человек или машина), обязательности присутствия клиента при оказании ему услуги, предназначению услуги (для удовлетворения личных нужд потребителя или нужд бизнеса), и наконец, по тому, является ли эта услуга обслуживанием отдельных лиц или это услуга общественного характера.

В соответствии с **Международной классификацией товаров и услуг (МКТУ)**, официально принятой Соглашением от 15 июня 1957 г. странами-участницами Ниццкой дипломатической конференции и необходимой для регистрации товарных знаков, товары и услуги подразделяются на 45 классов: с 1 по 34-й классы составляют товары, а с 35 по 45-й классы — услуги:

- Класс 35 — реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба;
- Класс 36 — страхование; финансовая деятельность; кредитно-денежные операции; операции с недвижимостью;
- Класс 37 — строительство; ремонт; установка оборудования;
- Класс 38 — телекоммуникации;
- Класс 39 — транспортировка; упаковка и хранение товаров; организация путешествий;
- Класс 40 — обработка материалов;
- Класс 41 — воспитание; обеспечение учебного процесса; развлечения; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий;
- Класс 42 — научные и технологические услуги и относящиеся к ним научные исследования и разработки; услуги по промышленному анализу и научным исследованиям; разработка и усовершенствование технического и программного обеспечения компьютеров;
- Класс 43 — услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; обеспечение временного проживания;
- Класс 44 — медицинские услуги; ветеринарные услуги; услуги в области гигиены и косметики для людей и животных; услуги в области сельского хозяйства, огородничества и лесоводства;

• Класс 45 — услуги юридические; службы безопасности для защиты имущества и индивидуальных лиц; персональные и социальные услуги, оказываемые другими для удовлетворения потребностей индивидуальных лиц.

Индустрия гостеприимства в той или иной степени может соприкасаться со всеми классами услуг.

Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД) представляет систематизированную классификацию услуг по разделам и коды классов, входящих в разделы. Вот некоторые разделы и классы, имеющие отношение к сфере гостеприимства (подробнее см. Приложение 2).

H — Транспортировка и хранение

49 — деятельность сухопутного и трубопроводного транспорта

50 — деятельность водного транспорта

51 — деятельность воздушного и космического транспорта

I — Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания (см. Приложение 2)

55 — деятельность по предоставлению мест для временного проживания

56 — деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков

Это варианты официальной классификации услуг.

Продолжая классификацию, можно разделять услуги в зависимости о того, на кого или на что направлена услуга и является ли она осязаемой или нет. В соответствии с этим существуют:

1. Осязаемые действия, которые направлены на тело человека. К ним относятся пассажирский транспорт, здравоохранение, общественное питание, спортивные заведения, салоны красоты, парикмахерские;

2. Осязаемые действия, которые направлены на физические объекты и товары. Это обслуживание и ремонт оборудования, грузовой транспорт, услуги охраны, бытовые и ветеринарные услуги;

3. Неосязаемые действия, которые направлены на сознание человека. К ним относятся радио, ТВ, образование, СМИ, музеи, театры, кино;

4. Неосязаемые действия, связанные с неосязаемыми активами. Это юридические и консультационные услуги, банки, страхование и операции с ценными бумагами.

В соответствии с **ГОСТ Р 50646–2012** по функциональному назначению услуги, оказываемые населению, подразделяются на:

— *материальные* (услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей населения);

— *социально-культурные* (удовлетворение духовных, интеллектуальных потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности населения).

Материальные услуги обеспечивают восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказам потребителей, а также перемещение грузов и людей и создание условий для потребления.

Социально-культурные услуги обеспечивают поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства. Это медицинские услуги, услуги культуры, туризма, образования и др., в том числе и гостиничные услуги.

Относительно сфер производства услуги подразделяются на материальные (транспорт, торговля, бытовое обслуживание) и нематериальные (здравоохранение, образование, туризм).

По группам потребителей услуги классифицируются на:

— потребительские (ресторанно-гостиничные услуги, путешествия, страхование, розничная торговля и др.);

— производственные (услуги, потребляемые домашним хозяйством: например, чистка ковров, ремонт бытовой техники);

— деловые (услуги, приобретаемые компаниями).[1]

Качество услуги

Успешность работы любого предприятия гостеприимства зависит от к**ачества предоставляемых услуг.**

Сегодня ведущие специалисты в области гостинично-ресторанного бизнеса подчеркивают, что в современных условиях высшей целью деятельности в сфере индустрии гостеприимства является прежде всего удовлетворение нужд клиента и только потом — повышение доходности предприятий.[2]

---

[1] Черевичко Т.В. Теоретические основы гостеприимства: Учебное пособие. — М.: Флинта, МПСИ, 2008. — С. 33.

[2] Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве. — М., 2005. — С. 4.

Качество услуги — это совокупность характеристик или показателей качества услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

Уровень качества услуги (обслуживания) — относительная характеристика качества услуги (обслуживания), основанная на сравнении фактических показателей ее (его) качества с нормативными значениями этих показателей.

К показателям качества предприятия сферы услуг, характеризующим его основные возможности по предоставлению услуги, относят в частности:

— материально-техническую базу предприятия;

— санитарно-гигиенические и эргономические условия обслуживания потребителей;

— этику общения и возможность получения дополнительных услуг;

— среднее время ожидания или обслуживания клиента, среднее число обслуженных потребителей в единицу времени, а также наличие в правилах обслуживания определенных приоритетных категорий потребителей (дети, инвалиды, престарелые и др.).

Качество можно понимать как свойства и характерные особенности услуг, которые вызывают удовлетворение потребителя, и как отсутствие недостатков, усиливающее чувство удовлетворения у клиентов. Качество обратно пропорционально цене, тесно связано с потребительской ценностью и степенью удовлетворения потребителей.

При оценке качества услуги потребитель сравнивает то, что ему предоставили, с тем, что он желал получить. Ожидаемая услуга представляет из себя ожидаемое качество и может соотноситься с желаниями и индивидуальными нормами потребителей, с объективными представлениями об ожидаемом или другим стандартом сравнения.[1]

Качество услуги можно рассматривать как техническое и как функциональное качества. Техническое качество — это то, с чем остался клиент после предоставления услуги (номер в гостинице, блюдо в ресторане). Функциональное качество — это процесс предоставления услуги. Предприятия гостеприимства теряют своих клиентов в 68%

---

[1] Гостеприимство Северного Кавказа. / Под общ. ред. проф. Г.И. Молчанова. — Пятигорск: РИА-КМВ, 2009. — С. 469.

случаев из-за неудовлетворительного отношения к ним персонала, т. е. из-за плохого обслуживания, т. е. функционального качества.[1]

Правила предоставления услуг устанавливаются Правительством РФ для различных областей экономической деятельности, в том числе в области жилищно-коммунальных услуг, транспорта, связи, общественного питания и т. д.

Этот документ содержит общие положения, основные понятия, требования к предоставителю товаров (работ, услуг), права и обязанности продавца и потребителя, порядок расчета за выполненные услуги (работы), а так же контроль за соблюдением вышеупомянутых правил.

В организациях, предоставляющих услуги, правила предоставления услуг должны располагаться на видном, доступном для потребителей месте.[2] (см. Приложение 1. «Правила предоставления гостиничных услуг»).

Одним из показателей качества обслуживания являются жалобы клиентов. Чтобы сохранить клиентов, необходимо реагировать на жалобы. Отсутствие жалоб также является показателем возможных проблем в обслуживании. В этом случае клиент просто перестает пользоваться услугами данного предприятия. По статистике только 4 из 100 недовольных клиентов идут жаловаться. Привлечение же новых клиентов стоит намного дороже, чем удержание старых.

Стандарты обслуживания

Качественное обслуживание основывается на **стандартизации** — процессе подтверждения соответствия объекта или услуги требованиям стандартов.

Стандарты обслуживания — это комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций.

В стандартах обслуживания прописываются процесс работы с клиентом, политика компании в отношении обслуживания клиентов; общение по телефону; внешний вид персонала; поведение продавцов-консультантов в торговом зале; четкие правила взаимодействия с клиентом на каждом этапе процесса обслуживания; правила поведения в конфликтных и нестандартных ситуациях.

---

[1] Черевичко Т.В. Теоретические основы гостеприимства: Учебное пособие. — М.: Флинта, МПСИ, 2008. — С. 117.

[2] См.: Общество защиты прав потребителей: Межрегиональная общественная организация. Официальный сайт: http://ozpp.ru/tesaurus/216/182/

Каждая компания обычно разрабатывает стандарты обслуживания для своих сотрудников. Например, международная сеть отелей 5* The Ritz-Carlton Hotel стала разработчиком т.н. «золотого стандарта» обслуживания. Президент компании Саймон Ф. Купер отмечал: «Многогранность сервиса является основой успеха. Именно этот девиз позволяет удостовериться, что наши сотрудники действительно особенные. В заведениях компании Ritz-Carlton вам никогда не скажут: «Это не входит в мои обязанности». Когда речь заходит о помощи своему клиенту или коллеге, в словаре наших сотрудников исчезает слово «нет». В сети Ritz-Carlton витает дух взаимовыручки, на нем строится культура компании».[1]

Стандарты обслуживания[2] применительно к гостинице могут заключаться в следующем:

1. Быстрота обслуживания: служащие гостиницы должны быть всегда готовы предложить помощь гостям; требованиями посетителей надо заниматься немедленно, не отсылая их в другой отдел или к другому человеку; все просьбы и жалобы разрешаются до того, как гости покинут отель.

2. Точность исполнения заказа: гостям следует предлагать точную и полную информацию, исполнять каждую просьбу до окончательного удовлетворения.

3. Предвосхищение желания гостя: необходимо предугадывать потребности посетителей и предлагать им помощь прежде, чем они попросят; служащие должны быть знакомы с особыми пожеланиями гостей, чтобы автоматически ускорить их выполнение.

4. Дружелюбие и вежливость: с любым посетителем, находящимся от вас в радиусе 2 м, надо первым начинать беседу; всегда, когда возможно, использовать перед фамилией гостя принятые формы обращения (господин, сэр, доктор и т. п.); следует устанавливать хороший зрительный контакт с каждым посетителем, всегда улыбаться, если гость находится в радиусе 8–10 м; за любое неудобство посетителю приносятся извинения.

5. Внимательность: необходимо дать гостю понять, что он замечен, даже если вы заняты; следует быть предельно внимательным.

---

[1] Мичелли Д.А. Ritz-Carlton: золотой стандарт гостиничного бизнеса нового тысячелетия. / Джозеф А. Мичелли; [пер. с англ. В.С. Иващенко]. — М.: Эксмо, 2009. — 309 с.

[2] Стандарты качества обслуживания на сайте: Гостиничный бизнес онлайн. Режим доступа: http://prohotelia.com

6. Стандарты внешнего вида предъявляются к форме одежды, прическе и гигиене сотрудников.

a) Форма одежды: требуется полная форма — чистая, выглаженная и в хорошем состоянии; группам сотрудников, работающим вместе, необходимо носить одинаковую форму; все сотрудники должны носить именной значок, который крепится слева; значок должен быть высокого качества и хорошо читаем; пиджаки и рубашки следует носить застегнутыми на все пуговицы, в помещениях обслуживания допустимы только длинные рукава; содержимое карманов одежды не должно искажать ее форму; носки только темного цвета; туфли с закрытой пяткой и носком, чистые и в хорошем состоянии.

b) Прическа и гигиена сотрудников: волосы у мужчин — чистые, аккуратные, убранные с лица, не касаются воротника рубашки сзади и с боков; волосы у женщин — не длиннее нижнего края воротника, в противном случае они собираются в пучок или аккуратно завязываются сзади; сотрудники, имеющие дело с едой, напитками или с техникой, должны носить защитный головной убор; борода не разрешается, усы должны быть аккуратно ухожены и не заходить за угол рта больше, чем на 12,5 мм; ногти — чистые (подстрижены у мужчин, у женщин — средней длины) и покрашены только в нейтральные цвета; мужчинам не следует носить никаких браслетов или серег, только обручальное кольцо; женщинам — не более двух колец, серьги сдержанного стиля.

7. Конфиденциальность информации: соблюдается конфиденциальность любой информации, связанной с гостем, включая номера комнат, сроки проживания, личную информацию и т. п.

8. Знание работы: любому сотруднику необходимо знать отель, помещения, часы работы и владеть общей информацией.

9. Терпение: жалобы и комментарии надо выслуживать вежливо, внимательно и передавать руководству для принятия соответствующих мер; никогда не следует спорить с гостем и демонстрировать оборонительную позицию.

10. Ответственность: необходимо чувство ответственности и гордости при поддержании порядка в отеле; в случае жалобы гостя нельзя обвинять другие отделы или лица; брать ответственность за решение проблемы следует на себя.

11. Численность персонала должна быть такой, чтобы обеспечить эффективное и непрерывное обслуживание гостей. При этом суще-

ствуют следующие рекомендации по числу работников на 10 гостиничных номеров: отели «пять звезд» — не менее 20 человек на 10 номеров; отели «четыре звезды» — не менее 12 человек на 10 номеров; отели «три звезды» — не менее 8 человек на 10 номеров; отели «две звезды» — не менее 6 человек на 10 номеров.

Еще один пример. Для ресторанов быстрого питания клиентские стандарты сервиса складываются из внешнего вида ресторана и его сотрудников, интерьера, способов выкладки блюд, чистоты в ресторане, процесса уборки, а также поведения персонала. Каждый из названных компонентов стандартов обслуживания включает в себя несколько пунктов: например, «чистота в ресторане» подразумевает под собой уборку в зале, уборку санузла и чистоту на кассе; а «поведение персонала» — это встреча на кассе, формирование заказа, расчет и в некоторых случаях доставка заказа к столику.[1]

Вот некоторые примеры стандартов обслуживания в ресторане.

Метрдотель [администратор/хостесс] встречает гостей у входа, провожает их к свободному столику и подает им меню. Если метрдотель по каким-либо причинам не может встретить гостей, то это должен сделать любой из официантов.

При входе нужно радушно улыбнуться и поприветствовать гостей. Приветствовать гостей нужно фразой: «Добрый день/Добрый вечер, спасибо, что выбрали наш ресторан!». Далее следует вежливо осведомиться на сколько человек нужно предоставить столик и проводить гостей за свободный столик, двигаясь впереди них. У столика официант помогает гостям занять места за столом и подает меню, открытое на первой странице. Все элементы встречи гостей, приветствия, подачи меню должны выполняться быстро. Гостей нельзя заставлять ждать на этой стадии.

Официант, по возможности, должен встретить гостей у своего столика, вежливо поздороваться с гостями и помочь им занять свои места. Если официант занят и не может встретить гостей у столика, он должен подойти к ним в течение 30 секунд после того, как они сядут.

Подача меню, как и все прочие элементы обслуживания, всегда начинается с женщин, а именно со старшей из них. После этого обслуживают мужчин, также по старшинству. Если за столом присутствуют дети младше 14 лет, то их обслуживают в первую очередь. В последнюю очередь обслуживают хозяина стола.

---

[1] По данным маркетингового агентства «Life-Marketing».

На каждом чеке, который официант приносит гостю, внизу написана фраза: «Вознаграждение официанту приветствуется, но всегда остается на Ваше усмотрение», которая снимает все неопределенности, которые могут возникнуть при расчете. Чек подается гостю по его просьбе, т. е. только тогда, когда гость сам пожелал расплатиться.

Когда гости положат деньги поверх счета или в книжку, нельзя заставлять их ждать сдачу или «слип» при оплате кредитной карточкой. Следует вернуться к столику как можно быстрее. Если официанту не сказали, что он может оставить сдачу себе, сразу же следует принести ее. Если до сих пор официант все делал правильно, то чаевые ему оставят после того, как заберут лишнюю сдачу.

Иногда гости говорят, что сдачи не надо, что все остальное официант может оставить себе. В этом случае сдачу гостю возвращать не надо, достаточно поблагодарить его и улыбнуться. Если гость просто подал папку с деньгами и счетом и сказал «спасибо», это не значит, что сдачу и чек приносить не надо. Официант делится чаевыми с администратором, барменами, помощниками официантов.[1]

Реализация стандартов обслуживания осуществляется в ходе сервисной деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства. Наилучшее подтверждение качества обслуживания — это повторное обращение клиента к услугам данного предприятия.

Вопросы для самоконтроля

1. Понятие услуги, свойства услуг.
2. Классификация услуг.
3. Качество услуг. Показатели качества.
4. Стандарты обслуживания в гостиницах.
5. Стандарты обслуживания на предприятиях питания.

Тема 3. Карьера в индустрии гостеприимства

Особенности карьерного роста на предприятиях гостеприимства

Работа в индустрии гостеприимства сегодня — это реальная возможность быстро сделать карьеру. Начиная работать в отеле или ресторане в 18 лет, к 25 годам можно занять руководящую должность, а к 30 годам — позицию топ-менеджера.

---

[1] Выдержки из комплекта документов «Гостиница. Стандарты Обслуживания». Режим доступа: www.videoseminars.ru

Если соискатель ориентирован на карьерный рост, следует понимать, что начать работу в отеле сразу на руководящей должности и быть эффективным менеджером невозможно. Для лучшего знания работы предприятия необходимо начать работу с низших должностей и продвигаться по карьерной лестнице, возможно, не всегда по прямой. Целесообразно поработать на позициях линейного персонала в разных подразделениях предприятия.

Карьерный рост начинается во время учебы и прохождения практик и стажировок. Необходимо использовать это время максимально эффективно. Во-первых, для того, чтобы понять, правильно ли выбрана профессия. Во-вторых, чтобы обеспечить себе стартовую площадку для будущего карьерного роста.

Один из специалистов в индустрии гостеприимства Уильям Фишер (University of Central Florida) дает следующие ***рекомендации*** для студентов:

1. Познайте себя: разберитесь в себе, выделите сильные и слабые стороны, решите, что нужно доработать; примите решение быть цельным человеком, принять ценности компании и следовать им в жизни;
2. Установите для себя ближайшие цели;
3. Задайте себе временные рамки;
4. Запоминайте имена и фамилии;
5. Будьте внутренним добровольцем;
6. Будьте внешним добровольцем — вступите в члены минимум двух внешних профессиональных организаций и принимайте участие в их работе;
7. Подкрепляйте слова действиями (в т.ч. показывайте людям, что вы рады общению с ними);
8. Формируйте свою репутацию на основе высоких результатов (в т.ч. постоянно читайте специальную литературу);
9. Сохраняйте чувство юмора;
10. Будьте человеком, который знает, что надо делать и может это делать, но при этом знает и то, чего не надо делать.

При прохождении практики или стажировки в компании рекомендуется следующее:

— предварительно собрать максимум информации о компании;
— сформулировать для себя цель, которую хотелось бы достигнуть;
— соблюдать требования к внешнему виду;
— проявлять искренний интерес к рабочей обстановке;
— задавать вопросы;

— максимально использовать выделенное время;
— познакомиться с нужными людьми;
— быть активным;
— соблюдать правила внутреннего распорядка;
— после окончания практики поблагодарить организацию и людей, которые занимались обучением практиканта.

Возможный карьерный рост в гостинице:

— специалист call-центра, паспортист, горничная, швейцар, bellboy (посыльный), коридорный;
— портье / администратор;
— руководитель смены;
— руководитель службы (отдел, подразделение);
— консьерж;
— директор гостиницы;
— директор региональной группы.

Возможный карьерный рост в ресторанном бизнесе:

— уборщик столов;
— официант;
— хостесс;
— руководитель смены;
— помощник менеджера;
— менеджер;
— директор ресторана;
— региональный менеджер;
— вице-президент;
— президент.

Приведенные примеры касаются специалистов, имеющих диплом о высшем профессиональном образовании и квалификацию менеджера в гостиничном или ресторанном бизнесе Предприятия индустрии гостеприимства — это многофункциональные, сложно организованные предприятия, поэтому здесь также могут сделать карьеру специалисты, имеющие квалификацию экономиста (карьера в экономическом департаменте), специалиста по маркетингу и связям с общественностью (карьера в PR-отделе или в отделе продаж), специалиста по IT-технологиям и др.

Предприятия индустрии гостеприимства — это предприятия сферы услуг, предполагающие работу с людьми, но не только. На любом предприятии сферы обслуживания есть так называемые «контактные»

и «неконтактные» службы. В гостиницах это «фронт-офис» и «бэк-офис».

Для работы с людьми необходимы такие качества, как: честность, трудолюбие, желание работать в команде, готовность к ненормированному рабочему дню (работать, когда другие отдыхают), стрессоустойчивость, умение принимать решения, коммуникативные способности и навыки, желание удовлетворять запросы гостей и даже предвидеть их.

Для успешного карьерного роста необходимы лидерские качества, инициативность, четкое выполнение требований организации, соблюдение требований профессиональной этики.

Требования к внешнему виду

На предприятиях индустрии гостеприимства предъявляются особые требования к внешнему виду сотрудников, так как внешний вид персонала отеля отражается на имидже отеля в целом. Стандарты внешнего вида сотрудников разрабатываются индивидуально на каждом конкретном предприятии. Специалист, желающий сделать карьеру на предприятиях индустрии гостеприимства, должен быть готов к тому, что на работе придется носить форменную одежду или строго следовать правилам делового стиля одежды и внешнего вида, а также исключить всякую внешнюю индивидуальность и экстравагантность.

Для высококлассных предприятий индустрии гостеприимства характерно использование униформы для сотрудников контактных служб, а иногда для всех сотрудников (это касается, как правило, отелей и предприятий питания высшей категории).

Для сотрудников в униформе предусмотрены следующие правила внешнего вида.[1] Униформа всегда должна быть чистой, выглаженной, аккуратной и в хорошем состоянии. На униформе не должно быть пятен, оторванных пуговиц, сломанных молний, а также испачканных, распоротых и порванных мест. Униформа должна быть застегнута полностью (или зашнурована), как это предусмотрено дизайном. Кроме того, она должна быть хорошо подобрана по размеру (чтобы не быть слишком большой или маленькой). Форменная одежда должна соответствовать стилю, принятому в отеле (как правило это элемент общего

[1] Правовые основания введения дресс-кода. // «Кадровик. ру». — 2013. — № 12. HR-Portal: HR-Сообщество и Публикации. Электронный ресурс. Режим доступа http://hr-portal.ru/article/pravovye-osnovaniya-vvedeniya-dress-koda

дизайна отеля). Менять рабочую одежду следует так часто, как это необходимо. Гостиница несет ответственность за чистку и ремонт униформы. Сотрудник может появиться на рабочем месте только после того, как он правильно и аккуратно оделся и проверил наличие бэйджа (фирменного личного значка) на левой стороне груди, который должен постоянно быть на виду.

Мужчинам необходимо всегда носить ремень как часть униформы. Он должен быть черным из гладкой кожи с маленькой пряжкой простого дизайна, за исключением случаев, когда униформа предусматривает другой ремень. Ношение униформы вне работы не разрешается.

Если **униформы нет**, то сотрудники должны быть всегда одеты со вкусом, неброско, строго, чисто. Как правило, без униформы находятся на работе представители руководящего состава. И мужчины и женщины в этом случае должны придерживаться делового стиля одежды. Для мужчин — строгий костюм, рубашка с длинным рукавом, галстук неяркой расцветки. В жаркое время года допускается рубашка с коротким рукавом без пиджака. Воротник рубашки должен быть классического типа и в идеальном состоянии. Галстук обязателен. Не разрешается носить пиджаки, рубашки и брюки из негладких тканей, из кожи, шелка. Куртки и пиджаки с золотыми и серебряными пуговицами нежелательны. Ремень должен гармонировать с костюмом по цвету и быть простым по дизайну, с небольшой и консервативной пряжкой. Разрешается носить запонки и заколки для галстука только консервативного дизайна, туфли (полуботинки) только черного (темного) цвета, на низком каблуке. Обувь должна быть чистой, начищенной кремом, в хорошем состоянии. Ее необходимо чистить ежедневно. Носки должны быть черного (темного) цвета и без рисунка, если иное не предусмотрено форменным стилем. Носки должны быть всегда чистыми.

Украшения для мужчин кроме часов и обручального кольца деловым стилем не предусмотрены. Также недопустимы пирсинг, заметные татуировки, значки и эмблемы (кроме предусмотренных компанией). Необходимо постоянно следить за чистотой рук, ногтей, волос. Если какой-либо головной убор или же сетка для волос являются частью униформы, сотрудник обязательно должен их носить. Если сотрудник работает в службе организации питания, его волосы должны быть убраны с лица и спрятаны под сетку (колпак, шапку, чехол).

Мужчины всегда должны быть чисто выбриты. В большинстве отелей не принято носить бороду и бакенбарды. Разрешается носить усы, если они хорошо ухожены и недлинные.

Сотрудницам, униформа для которых не предусмотрена, разрешается носить только классические костюмы и платья, брючные костюмы. Не разрешается носить только юбку с блузкой (пиджак обязателен). Длина платья или юбки должна соответствовать деловому стилю (на уровне колен и не более 5 см выше колен). Все деловые костюмы должны носиться с блузкой под пиджаком. Пиджаки, блузки и кофты разрешается носить только из гладких тканей. Нельзя носить экстравагантную одежду, если только этого не требует должность. Не допускается ношение пиджаков и платьев с коротким рукавом, платьев с глубоким вырезом или одежды из прозрачных материалов. Разрешается носить шарфики и шейные платки, а также ремни. Одежда всегда должна быть опрятной, чистой и хорошо выглаженной, должна хорошо смотреться и быть правильно подобрана но размеру.

Женщинам рекомендуется носить туфли на среднем каблуке (до 7 см). Разрешается использовать только закрытые туфли-лодочки. Цвет туфель должен гармонировать с цветом одежды. Колготки или чулки обязательны в любое время года. Цвет колготок или чулок должен быть телесного или слегка темного цвета и сочетаться с цветом костюма (платья). Сотрудницам разрешается носить только одни часы. Не разрешается носить наручные часы на ярких и блестящих ремнях. Ювелирные изделия должны быть неброскими, их количество — минимальным. Правилами делового стиля устанавливается минимум косметики. Волосы должны быть чистыми, прическа аккуратной. Цвет волос должен быть естественным, а прическа не должна быть экстравагантной.

Для многих, недостаточно мотивированных сотрудников, требования к одежде на предприятиях индустрии гостеприимства становятся невыносимыми, за этим следует смена вида предприятия или вида деятельности.

Профессиональные стандарты в области индустрии гостеприимства

В настоящий момент требования к профессионалам в определенной области деятельности описаны в профессиональных стандартах.

Начиная с 2012 г. данное понятие было включено в Трудовой кодекс РФ, а с 2016 г. стала действовать статья 195.3 Трудового кодекса РФ, которая называется «Порядок применения профессиональных стандартов». Для некоторых профессий профессиональные стандарты становятся обязательными.

Профессиональный стандарт — это документ с набором определенных профессиональных характеристик, которым должны соответствовать сотрудники с целью исполнения конкретных задач на занимаемой должности.[1]

Официальный список утвержденных профессиональных стандартов опубликован на сайте Министерства труда и социальной защиты РФ.[2] Профстандарты с 2016 г. применяются в следующих случаях: организация аттестации работников, управление персоналом, разработка должностных инструкций, формирование кадровой политики, тарификация работ, организация обучения работников, присвоение тарифных разрядов, установление системы оплаты труда.

Сегодня в области индустрии гостеприимства разработаны и действуют следующие профессиональные стандарты:

— кондитер;
— официант/бармен;
— пекарь;
— повар;
— работник по приему и размещению гостей;
— руководитель предприятия питания;
— руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц;
— сомелье/кавист.

Например, в стандарте работника по приему и размещению гостей названы следующие обобщенные трудовые функции работников четырех квалификационных уровней:

Для каждой должности в профессиональной стандарте конкретизированы трудовые действия, описаны необходимые умения и знания, требуемый уровень образования. Например для носильщика описаны следующие действия, умения и знания.

---

[1] Трудовой кодекс РФ, статья 195.

[2] Министерство труда и социальной защиты РФ. Официальный сайт: https://rosmintrud.ru/

Трудовые функции и должности сотрудников отеля согласно профессиональному стандарту (Источник[1])

Квалификационный уровень	Обобщенные трудовые функции	Возможное наименование должностей
1	Встреча и проводы гостей у входных дверей гостиничного комплекса или иного средства размещения	Швейцар
1	Оказание услуг по доставке багажа гостей гостиничного комплекса или иного средства размещения	Подносчик багажа Багажист Носильщик
3	Информирование и выполнение запросов гостей по услугам в гостиничном комплексе или ином средстве размещения и населенном пункте, в котором он расположен	Портье Консьерж
3	Оказание услуг по приему, регистрации и размещению гостей гостиничного комплекса или иного средства размещения	Администратор службы приема и размещения Портье
4	Координация деятельности сотрудников службы приема и размещения гостиничного комплекса или иного средства размещения	Старший смены службы приема и размещения Заместитель руководителя службы приема и размещения

[1] Приказ Минтруда России от 05.09.2017 № 659н «Об утверждении профессионального стандарта «Работник по приему и размещению гостей»» (Зарегистрировано в Минюсте России 22.09.2017 № 48310).

Трудовые функции носильщика в отеле согласно профессиональному стандарту (Источник[1])

Трудовые действия	Поднос багажа гостей при заселении в гостиничный комплекс или иное средство размещения
	Помощь с перемещением багажа гостей во время их нахождения в гостиничном комплексе или ином средстве размещения
	Помощь гостям с багажом при выезде из гостиничного комплекса или иного средства размещения
	Прием багажа у гостей гостиничного комплекса или иного средства размещения на хранение в багажную комнату
	Выдача багажа гостей гостиничного комплекса или иного средства размещения из багажной комнаты
	Приветствие гостей в вестибюле гостиничного комплекса или иного средства размещения
Необходимые умения	Использовать специальное оборудование для перемещения тяжелого багажа гостей гостиничного комплекса или иного средства размещения
	Соблюдать порядок в комнате для хранения багажа и тележек для перевозки багажа и обеспечивать их чистоту
	Оказывать помощь гостям в чрезвычайных ситуациях, в том числе при эвакуации из гостиничного комплекса или иного средства размещения
	Применять регламенты и стандарты оказания помощи с багажом гостям гостиничного комплекса или иного средства размещения при заселении, нахождении в гостиничном комплексе и выезде из него
Необходимые знания	Правила обслуживания в гостиницах и иных средствах размещения
	Основы этики, этикета и психологии обслуживания гостей в гостиницах и иных средствах размещения
	Требования охраны труда
	Основы охраны здоровья, санитарии и гигиены
	Правила антитеррористической безопасности и безопасности гостей

[1] Приказ Минтруда России от 05.09.2017 № 659н «Об утверждении профессионального стандарта «Работник по приему и размещению гостей»» (Зарегистрировано в Минюсте России 22.09.2017 № 48310).

Профессиональные стандарты помогают организациям упорядочить требования к сотрудникам, повышение квалификации, карьерный рост, организацию труда и т. п.

Вопросы для самоконтроля

1. Общие требования к соискателям предприятий индустрии гостеприимства
2. Карьерный рост в гостинице.
3. Карьерный рост на предприятиях питания.
4. Требования к внешнему виду сотрудников предприятий индустрии гостеприимства.
5. Профессиональные стандарты в индустрии размещения.
6. Профессиональные стандарты в индустрии питания.

РАЗДЕЛ 2

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

В данном разделе мы рассмотрим особенности деятельности предприятий, предоставляющих услуги индустрии гостеприимства: размещение, питание, транспортные услуги, экскурсионные услуги и услуги индустрии развлечений.

Тема 4. Общая характеристика индустрии размещения

Немного истории

Как уже отмечалось, во всех регионах мира развитие индустрии гостеприимства связано с путешествиями и необходимостью для человека удовлетворять первичные потребности (еда, сон, кров и др.) везде, где бы он ни находился. Эволюция гостиничного хозяйства в странах всех континентов проходила по схеме «от постоялого двора к отелю». Временной отрезок исчислялся несколькими веками.

В Европе развитие индустрии размещения начинается с эпохи Античности. Уже в Древней Греции появляется разветвленная сеть общественных и частных гостиниц, постоялых дворов для обслуживания путешествующих, которая получила мощное развитие в эпоху Римской империи вследствие необходимости для римских чиновников перемещаться по стране и активных торговых связей с соседними государствами. С развалом империи пришла в упадок и система гостиниц, возродившаяся только в эпоху Средневековья в VIII–IX вв., после того как Карл Великий издал эдикт, обязывающий монастыри и церкви содержать «госпиции» — дома, которые предоставляли путникам и паломникам ночлег, питание, отдых, а иногда даже и лечебные процедуры.

В XIII–XIV вв. в связи с ростом и развитием ремесла и торговли, оживлением внутренних и международных экономических связей в Европе, развитием почтовой и транспортной сети широкое распро-

странение получила система временного проживания за плату в гостиницах / тавернах. Первыми такими гостиницами стали частные жилые дома (или отдельные комнаты в них). Примерно в это же время была осуществлена первая официальная попытка классификации гостиниц. Например в Берлине, в котором на то время проживало около 130 тыс. жителей, было 9 постоялых дворов I класса, 10 заезжих дворов II класса и 13 постоялых дворов III класса.

Слово «отель» стало активно употребляться в XVIII в. Оно происходит от латинского слова «hospitium» — «гостеприимство, приют, постоялый двор». Первоначально отелем именовали многоквартирное здание, в котором квартиры сдавались на месяц, на неделю и даже на один день. В этом значении термин употребляли и во Франции. Впоследствии он широко распространился в Англии и в Америке — большинство таверн быстро переименовали в отели, что, по мнению владельцев, придавало им европейский (французский) шик.[1]

На Американском континенте первый постоялый двор появился в 1607 г., первая коммерческая гостиница — в 1974 г., и только в 1828 г. в Бостоне открылся отель «Тремонт», первый в США отель I-го класса, ставший образцом для подражания. Переломным моментом в гостиничном бизнесе стало открытие в 1908 г. гостиницы «Буффало Статлер». Хозяин отеля Элеворт Статлер по-новому построил и организовал это предприятие, ориентированное исключительно на бизнесменов. В гостинице были дверные замки, водопровод, выключатели у дверей, туалетные и ванные комнаты в каждом номере, и постояльцам предлагалась бесплатная утренняя газета.

Потребность в гостиницах в США всегда была очень велика из-за непрерывного потока иммигрантов, которые нуждались во временном размещении. Высокий спрос способствовал бурному развитию отелей. США стали родиной большинства технических новшеств в отеле. Современные одноместные и двухместные номера с замком в дверях и умывальником (с гостиничным мылом) появились в США в 1829 г. В середине XIX в. в стране уже действовал первый отель с центральным отоплением. Первые в мире лифт и ванная комната также были установлены в американских отелях. Современный набор осна-

[1] см.: Папирян А.Г. Международные экономические отношения. Экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 2002.

щения гостиничного номера был сформирован в начале XX в. знаменитым отельером Э. Статлером. Американский отель стал и первым в мире шестиэтажным «небоскребом».[1]

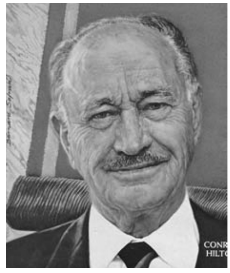
Существенное влияние на развитие индустрии размещения оказал туризм. Термин «туризм» появился в XVII–XVIII вв. в Англии, хотя туризм тех лет далек от нашего современного представления об этом явлении. Начало современного туризма в английской литературе принято датировать 1841 г., когда предприимчивый краснодеревщик Томас Кук из Дербишира организовал первую коллективную поездку на поезде из Лейстера в Лафборо для активистов Общества трезвости. Затем он становится экскурсионным агентом в Лейстере и открывает в 1851 г. бюро путешествий «Томас Кук и сын».

Современный туризм с его структурой, материально-технической базой, методами работы и органами управления начал складываться в XIX в. Развитие капиталистических общественных отношений, связанный с этим рост подвижности населения и создание железных дорог стали основными предпосылками появления современных форм туризма.

Выдающиеся организаторы гостиничного бизнеса

Цезарь Ритц César Ritz, 1850–1918) 	— легенда гостиничного бизнеса, основатель фешенебельных отелей «Риц» в Париже и в Лондоне — «король отельеров и отельер королей» — цитата: «Умение общаться с публикой — самое необходимое качество управляющего»  THE RITZ-CARLTON®

[1] см.: Зорин И.В., Квартальное В.А. Туристский бизнес и гостиничное хозяйство. — М.: Финансы и статистика, 1999.

Элсворт Милтон Статлер (Ellsworth Milton Statler, 1863–1928) 	— введение высоких стандартов обслуживания в гостинице для среднего класса — формирование основного набора оснащения номера — цитата: «Клиент всегда прав» 
Конрад Хилтон (Conrad Nicholson Hilton, 1887–1979) 	— введение стандартного предложения услуг, единого во всех гостиницах «Хилтон» — все, что может понадобиться клиенту, должно продаваться в гостинице — все пространство отеля должно приносить прибыль — «звездная» градация отелей Hilton
Джон Уиллард Мариотт (John Willard Marriott**,** 1900–1985**)** 	— основатель огромной гостиничной и ресторанной сети (сегодня самая крупная сеть в мире, более 3 500 отелей) — цитата: «Человек должен продолжать быть созидателем и созидать. Он должен принимать участие в делах, которые происходят в этом прекрасном мире. Он должен быть кем-то, с кем приходится считаться. Он должен жить своей жизнью и подводить итоги каждый день, иногда это сложно» Marriott HOTELS & RESORTS

Чарльз Кеммонс Уилсон
(Charles Kemmons Wilson, 1913–2003)



— начав с одного отеля в пригороде Мемфиса, превратил свою компанию в мировой гигант
— «Своими нововведениями он преобразил гостиничную индустрию» (цитата из выступления мэра г. Мэмфиса У. Херентона)
— автор книги «Как добиться успеха: 20 советов Кеммонса Уилсона» («Twenty Tips for Success»)
— «Кеммонс Уилсон превратил мотель из старого спального мешка на обочине дороги в самый популярный дом, который вы можете найти, уехав из своего дома» (цитата из журнала «Тайм»)

В России развитие гостиничного дела связано с развитием торговых связей. Купцов называли гостями; места, где купцы могли и торговать и ночевать — гостиными дворами. Гостиницы первоначально существовали в виде постоялых дворов-помещений для ночлега проезжающих — с двором для лошадей и экипажей и, обычно, с трактиром, а также монастырских подворий — постоялых дворов для приезжающих в Москву монахов и посольств. В XVI–XVII вв. большинство подворий в Москве было сосредоточено в Китай-городе — Новгородское подворье, Троицкое подворье (Троице-Сергиева монастыря).

Первые гостиницы были открыты в Москве еще в середине XVIII в. В конце XVIII — начале XIX вв. для гостиниц по проекту архитектора В.П. Стасова были выстроены специальные здания на Бульварном кольце, на площадях Пречистенских, Никитинских, Сретенских и Покровских ворот. В начале XIX века в Москве было 7 гостиниц, к середине века — уже несколько десятков. Во второй половине XIX века появились и «меблированные комнаты». К началу XX в. в Москве насчитывалось уже около 40 гостиниц, среди них «Националь», «Метрополь» и др. Крупнейшими гостиницами были «Гранд Отель», «Боярский двор», «Новомосковская», «Европа», «Славянский базар». В начале 1920-х гг. началось строительство первых советских гостиниц — «Северная», «Москва», «Киевская» и др. К 1940 г. в Москве

действовало 12 гостиниц на 4 000 мест. Однако во время Великой Отечественной войны были разрушены и сожжены многие города нашей страны. Всему народному хозяйству был нанесен ощутимый урон, особенно на временно оккупированных территориях. Существенно пострадало и гостиничное хозяйство. Тем не менее в послевоенные годы в этих трудных для страны условиях изыскивалась возможность выделения средств не только на восстановление разрушенных гостиниц, но и на строительство новых. К середине 1950-х гг. были сооружены комплексы гостиниц в Москве: «Алтай», «Восток», «Заря», «Останкино», «Украина» и «Ленинградская». Уже в 1960 г. в Советском союзе насчитывалось 1 476 гостиниц в 1364-х городах, вместимость которых достигала 143 700 мест. За 1960–1975 годы число мест возросло на 30%. В итоге гостиничное хозяйство СССР к 1980 г. насчитывало около 7000 предприятий, а их единовременная вместимость превысила 700 000 мест. При этом 65% гостиниц находилось в ведении коммунальных органов местных Советов. Наряду с развитием материальной базы туризма в традиционных туристских районах страны большое внимание уделялось расширению сетей гостиниц, кемпингов, пансионатов на Урале, Дальнем Востоке, в Сибири.

Современное состояние гостиничного бизнеса

Гостиничный бизнес сегодня — это быстроразвивающаяся и перспективная отрасль, которая приносит большие прибыли.

Современный мировой гостиничный бизнес характеризуется следующим:

— глобализацией — возможностью посещать любые страны и отдыхать с желаемым уровнем комфорта;

— повышением безопасности;

— разнообразием предоставляемого комфорта и уровня обслуживания: объекты размещения ориентированы на самые разные потребности путешественников;

— новейшими технологиями, которые предоставляют возможности для быстрого и эффективного обслуживания гостей;

— совершенствованием правовой базы обслуживания клиентов, в случае некачественного обслуживания клиенты выигрывают иски на огромные суммы;

— изменяющейся демографией — путешествует люди всех возрастов;

— приобретает большое значение соотношение цены и качества предоставляемых услуг;

— предъявляются высокие требования к санитарному состоянию средств размещения, качеству и полезности предоставляемого питания.[1]

Благодаря тому, что гостиничный бизнес способен давать стабильный доход в федеральный бюджет, число отелей и гостиниц в России растет с каждым годом. Вследствие этого появляется жесткая конкуренция, и менеджерам приходится прибегать к неординарным маркетинговым идеям и различного вида акциям. Но все же масштаб их деятельности в гостиничном бизнесе развит намного меньше, чем за рубежом. Это обуславливается тем, что после развала СССР пришлось приложить много усилий для того, чтобы эта отрасль вышла на мировой уровень.

Есть данные по количеству средств размещения за 2016 год (по данным ресурса Hotelier.pro) — чуть более 20 тыс., в которых 787 тыс. номеров.[2]

Также есть точные данные по числу классифицированных средств размещения в России — 12 196 (по данные ресурса Классификация-туризм.рф). В преддверии Чемпионата мира по футболу 2018 все средства размещения городов, принимающих гостей чемпионата, должны были в обязательном порядке пройти процедуру классификации по правилам, установленным приказом Министерства культуры РФ №1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями».

После завершения ЧМ-2018 планируется сделать классификацию гостиниц обязательной для всех средств размещения в России. Запланировано, что все гостиницы, в которых более пятидесяти номеров, должны будут официально подтвердить свой «звездный» статус и получить лицензию с 2019 г., с 2020 г. — гостиницы, где более пятнадцати номеров, а с 2021-го — абсолютно все отели и даже квартиры и комнаты, которые сдаются через сервис Airbnb.

---

[1] Уокер Дж. Введение в гостеприимство. — М., 2008. — С. 32.

[2] Росстат: Коллективные средства размещения в 2016 году. Кто уходит с рынка. Номерной фонд, ночевки, иностранцы. Business & leisure. Открытые данные в обработке Hotelier.PRO. 04 сентября 2017. https://hotelier.pro/tourizm/item/2944-rosstat/2944-rosstat

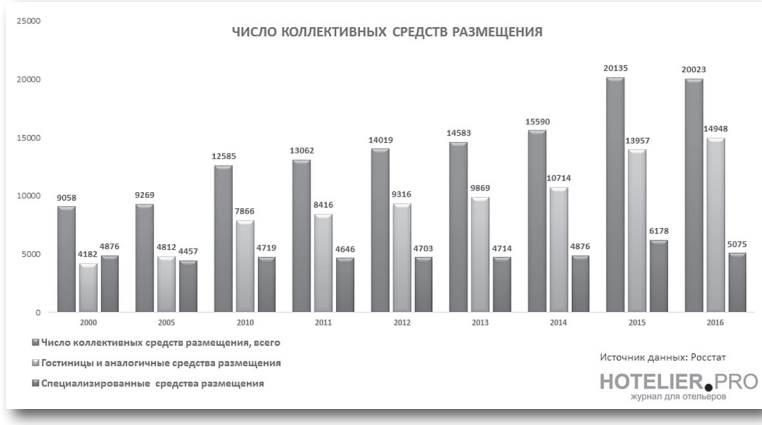


Рис.1. Число коллективных средств размещения в России



Рис. 2. Число номеров в коллективных средствах размещения (тыс.)

Вероятно, число средств размещения сократится в связи с тем, что далеко не все гостиницы, расположенные, например, в частных квартирах, смогут соответствовать всем требованиям к коллективным средствам размещения.

Санкт-Петербург — признанный центр мирового туризма, один из самых популярных городов России и мира для путешествий с разными целями, преимущественно культурно-познавательными и деловыми. По данным ежегодного рейтинга портала TripAdvisor (более 35 млн посещений в месяц), Санкт-Петербург находится на 1-м месте в России и на 20-м месте в мире в списке привлекательных туристических центров.

Санкт-Петербург — первый город в России, применивший программно-целевые методы для развития туризма. Первая целевая программа была принята в 2005 г. За 5 лет ее реализации число туристов в Санкт-Петербурге увеличилось на 67%. Сейчас в городе действует государственная программа «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015–2020 годы, подпрограмма «Имидж Санкт-Петербурга».[1]

Сегодня в городе создана прекрасная инфраструктура для туризма. В городе пять действующих железнодорожных вокзалов. В 2010 г. полностью завершено строительство морского пассажирского порта «Морской вокзал», в 2016 г. город принял 456 495 круизных пассажиров. В 2014 г. завершена реконструкция аэропорта «Пулково», который в 2016 г. стал лучшим крупнейшим аэропортом РФ с пассажиропотоком, составляющим более 10 млн человек в год. В 2016 г. полностью заработала новая скоростная автомобильная дорога — Западный скоростной диаметр, который существенно облегчил передвижение по городу и связь с отдаленными районами Санкт-Петербурга, в частности, с популярными во всем мире музейными комплексами Петергофа, Пушкина, Павловска.

Важнейшим фактором развития туризма является индустрия размещения. По данным 2014 г. Санкт-Петербург располагал 647 объектами размещения различных категорий и форм собственности вместимостью 28,4 тыс. номеров. [2] В городе представлены такие известные мировые бренды гостиничного бизнеса как Kempinski, ACCOR (брен-

[1] Государственная программа «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015–2020 годы. Режим доступа: http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/programma-razvitiya-sankt-peterburga-kak-turistskogo-centra/

[2] Там же.

ды Novotel и IBIS), Carlson Rezidor (бренды Radisson и Park Inn), Sokos Hotels, Marriott (бренды Courtyard by Marriott и Renaissance), Starwood (бренд «W»), Four Seasons Hotels & Resorts и целый ряд других. Всего по состоянию на 1 марта 2014 г. в Санкт-Петербурге под управлением всемирно известных сетевых операторов работали 29 гостиниц с общим фондом в 8 795 номеров, или 31% суммарного номерного фонда. За последние годы в городе открылись отель Парк Инн от Рэдиссон Аэропорт Пулково (2014), Лотте (2017 г.), два отеля сети Hilton Hotels & Resorts (2016 г.) Сегодня в городе в 45-ти российских и зарубежных сетях функционируют 206 гостиниц. [1]

Согласно ресурсу классификация-туризм.рф на 1 квартал 2018 г. в Санкт-Петербурге 1 179 классифицированных средств размещения, все 100% средств размещения прошли требуемую процедуру классификации, которая была введена согласно приказу Министерства культуры № 1215 в преддверии Чемпионата мира по футболу 2018.

В целом, по отзывам туроператоров, несмотря на большое количество номерного фонда, отелей в Санкт-Петербурге не хватает. В 2017 г. город принял около 7 млн. туристов. Это почти предел как для отелей, так и для музеев, автотранспортных предприятий и других объектов инфраструктуры туризма.

В связи с ростом турпотока в Санкт-Петербурге за последние пять лет наблюдается рост средних тарифов на размещение в отелях. Например, летом 2016 г. он вырос на 20% по сравнению с аналогичным периодом 2015 г., в 2017 г. — наблюдался рост тарифов от 30 до 50%. В 2018 г. ожидается дальнейший рост тарифов, но стоимость проживания в период ЧМ-2018 регулируется Постановлением Правительства РФ от 10 февраля 2016 г. № 89.[2] Максимальная установленная стоимость для Санкт-Петербурга — 700 000 руб. за ночь в номерах высшей категории отелей категории «пять звезд», минимальная — 7 000 руб.

---

[1] 101 отель: новый стиль качества. Режим доступа: https://www.101hotels.ru/hotel_chain/russia/sankt-peterburg#all

[2] О государственном регулировании стоимости гостиничного обслуживания в городах федерального значения Москве и Санкт-Петербурге и муниципальных образованиях, в которых будут проводиться спортивные соревнования чемпионата мира по футболу FIFA 2018 г., Кубка конфедераций FIFA 2017 г. и (или) размещаться участники чемпионата, иные лица, участвующие в мероприятиях, и зрители. Режим доступа: http://rulaws.ru/goverment/postanovlenie-pravitelstva-Rf-ot-10.02.2016-N-89

в отелях категории «без звезд» (в 2017 г. максимальная стоимость была установлена 630 000 руб., минимальная — 6 600 руб.). Итого наблюдается официальный рост тарифов на 10%.

В 1 квартале 2018 г. аналитики отмечали, что люксовые отели в Петербурге впервые в истории оказались дороже московских. К такому выводу пришли специалисты консалтинговой компании JLL. По итогам 2017 г. средняя стоимость номера в Северной столице составила 18,5 тыс. руб., а в Москве — на 300 руб. дешевле.[1]

Что касается загруженности отелей, то в период с 15 декабря 2016 г. по 8 января 2017 г. она составила 60% в отелях категории 5 звезд (в 2015–2016 г. — 51%), 57% — в отелях категории 4 звезды (в 2015–2016 г. — 46%), 48% — в отелях категории 3 звезды (в 2015–2016 г. — 46%). То есть в последние годы наблюдался стабильный рост загрузки отелей.[2]

С чемпионатом мира по футболу связывали большие ожидания в плане роста турпотока. Предполагалось, что Россию во время мирового первенства по футболу посетят 2,6–2,8 млн гостей, однако были опасения, что ожидания не оправдаются. Например, в 2017 г. во время соревнований на Кубок Конфедераций официальная статистика зафиксировала снижение турпотока. Данные Росстата показали: во втором и третьем кварталах 2017 г. Россию посетили 14,6 млн иностранцев — это на 2,8% меньше, чем за тот же период 2016 г.[3] Причины объективны. Если крупные спортивные соревнования притягивают болельщиков, то обычных туристов они отталкивают из-за высоких тарифов на весь комплекс туристских услуг, чрезмерную загруженность объектов туризма, повышенные требования по безопасности и др.

Однако ЧМ-2018 в России оправдал ожидания. Суммарное количество туристов и болельщиков, посетивших Россию в период проведения матчей футбольного первенства, составило порядка 6,8 млн человек, среди которых более 3,4 млн — иностранцы. Таким образом, 11 городов проведения матчей суммарно приняли более чем на 40% туристов больше, чем за аналогичный период прошлого года. Въездной турпоток в период ЧМ-2018 вырос в этих городах более чем на 50%.

---

[1] Отели Северной столицы вышли на первое место по стоимости номеров. // Коммерсант. — 09.03.2018 г.

[2] Официальный сайт Правительства Санкт-Петербурга. Режим доступа: http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/statistic/ Дата обращения 25.03.2018.

[3] Гол в свои ворота. Почему ЧМ-2018 вызывает больше опасений, чем надежд. // Коммерсант. 29.12.17. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/3494734

Санкт-Петербург принял около 800 тыс. человек, в том числе более 500 тыс. иностранных граждан — из Бразилии, Египта, Ирана, Марокко, Аргентины, Нигерии и других стран. Общий турпоток в городе в июне 2018 г. по сравнению с прошлогодним показателем аналогичного периода возрос в 2 раза, въездной — более чем на 12%.[1]

Перспективы развития гостиничного бизнеса в Санкт-Петербурге заключаются, на наш взгляд, в следующем.

Необходимо строительство, возможно за пределами центра города, больших современных отелей среднего класса и средней ценовой категории туристского класса с номерным фондом более 200 номеров, с удобными парковками для автобусов, конференц-услугами, возможностями приема туристических групп.

Также необходимо скорейшее юридическое оформление деятельности малых средств размещения, расположенных в центре города в помещениях жилого фонда.

Снижению дефицита номерного фонда в высокий сезон в городе может помочь открытие ботелей на Неве и прилегающих реках. Ботель — отель на воде в переоборудованном корабле или сделанный «под корабль» — может стать дополнительным украшением петербургских набережных. В зимний период их можно убирать из центра города. В качестве ботелей можно использовать круизные суда, особенно во время крупных международных мероприятий, как это было, например, во время Олимпийских игр в Сочи.

К перспективам развития гостиничного бизнеса относится расширение спектра услуг отелей для приема гостей из азиатских регионов — Китая, Индии, Ирана. В связи с ростом турпотока из этих стран, отели нанимают персонал, говорящий на языках азиатского региона, делают перевод информационных материалов, оказывают гостеприимство «в азиатском стиле», учатся готовить блюда азиатской кухни. Участниками программы «China Friendly» стали четыре отеля Санкт-Петербурга, несколько ресторанов и магазинов. Участники программы «India Friendly» — девять отелей города. Круг участников расширяется, так как расширяется число запросов на прием такого рода групп.

---

[1] Ростуризм подвел туристические итоги чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России. // Федеральное агентство по туризму: официальный сайт. Режим доступа https://www.russiatourism.ru/news/15818/

В целом внедрение специального сервиса для отдельных категорий гостей можно отнести к перспективам развития гостиничного бизнеса и фактору роста конкурентоспособности гостиничного предприятия.

Отели Санкт-Петербурга успешно внедряют информационные технологии на всех этапах реализации гостиничного продукта — от маркетинга, бронирования и продаж, и далее на всех этапах проживания гостя в отеле, опережая в информационно-технологических инновациях другие регионы. В условиях усиливающейся конкуренции это также один из важнейших факторов успешного функционирования отеля.

Термины и определения

Основные термины и определения, касающиеся индустрии размещения, прописаны в нормативно-правовых документах, регулирующих отрасль:

— ***средство размещения*** — имущественный комплекс, включающий в себя здание или часть здания, помещения, оборудование и иное имущество, и используемый для временного размещения и обеспечения временного проживания физических лиц;

— ***гостиница*** — средство размещения, в котором предоставляются гостиничные услуги и которое относится к одному из видов гостиниц, предусмотренных положением о классификации гостиниц, утвержденным Правительством РФ.

К гостиницам не относятся средства размещения, используемые для осуществления основной деятельности организаций отдыха и оздоровления детей, медицинских организаций, организаций социального обслуживания, физкультурно-спортивных организаций, централизованных религиозных организаций;

— ***гостиничные услуги*** — комплекс услуг по предоставлению физическим лицам средства размещения и иных услуг, предусмотренных Правилами предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации;

— ***классификация гостиниц*** — отнесение гостиниц к определенным категориям, установленным положением о классификации гостиниц, на основании оценки соответствия гостиниц и предоставляемых в них гостиничных услуг требованиям, установленным этим положением.

Остальные основные термины и определения, касающиеся индустрии размещения, представлены в ГОСТ Р 53423–2009 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения». Этот стандарт является модифицированным по от-

ношению к международному стандарту ИСО 18513:2003 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Терминология» (ISO 18513:2003 «Tourism services — Hotels and other types of tourism accommodation — Terminology»). В стандарте термины даны на русском, английском, немецком и французском языках (см. Приложение № 1).

Нормативно-правовые основы деятельности коллективных средств размещения

В первую очередь деятельность коллективных средств размещения регулируется федеральным законом ***«Об основах туристской деятельности в РФ»***, в частности статьей 5 «Классификация объектов туристской индустрии». Последние изменения в эту статью внесены Федеральным законом «О внесении изменений в Федеральный закон Об основах туристской деятельности в Российской Федерации и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии» от 05.02.2018 № 16-ФЗ. Эти изменения вступят в силу с 1 января 2019 г.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 9 октября 2015 г. № 1085 утверждены Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, являющиеся обязательными для всех предприятий размещения.[1]

Также деятельность средств размещения регулируется государственными стандартами (ГОСТ). ГОСТ — это нормативно-правовой документ, в соответствии с требованиями которого производится стандартизация производственных процессов и оказания услуг. Следующие ГОСТы имеют непосредственное отношение к деятельности коллективных средств размещения в России:

— ГОСТ Р 53423–2009 (ИСО 18513:2003). Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения (утв. и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 03.11.2009 № 496-ст)

— ГОСТ Р 51185–2014. Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 11.11.2014 № 1542-ст)

[1] Полный перечень документов см.: Приложение 4.

— ГОСТ Р 56184–2014. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 23.10.2014 № 1393-ст)

— ГОСТ Р 56641–2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 14.10.2015 № 1561-ст)

— ГОСТ Р 54599–2011. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги средств размещения. Общие требования к услугам санаториев, пансионатов, центров отдыха (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 08.12.2011 № 733-ст)

— ГОСТ Р 54606–2011. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги малых средств размещения. Общие требования (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 08.12.2011 № 740-ст)

Также огромное значение для деятельности коллективных средств размещения имеют Правила предоставления гостиничных услуг в РФ, утвержденные постановлением от 9 октября 2015 г. № 1085.

Классификация средств размещения

Все гостиницы в зависимости от размеров и видов жилых и служебных помещений, оборудования, уровня комфортности номеров и общественных помещений, предоставляемых услуг и других факторов классифицируются по разрядам и категориям. Целью классификации является определение соответствия конкретной гостиницы, а также номеров установленным критериям или стандартам обслуживания.

Многочисленные попытки разработать международную классификацию гостиничных предприятий не увенчались успехом. В каждой стране существуют свои местные подходы к классификации, а в США требования к размещению различаются даже по штатам.

Наиболее популярна в мире «звездная» система классификации, в основе которой лежит французская национальная классификация. По этой системе разряд гостиницам устанавливается присвоением определенного количества звезд (от 1 до 5). Она распространена во Франции, Австрии, Венгрии, Китае, России, Египте, других странах.

В Японии принята следующая классификация: Deluxe (DX), Superior (SP), First (F), Standart (S), Economy (E). Отели первых двух уровней отличаются изысканной комфортностью, превосходным сер-

висом, широким набором услуг, но отели SP чуть дешевле и не такие эксклюзивные. Гостиницы E рассчитаны на недлительное пребывание и обеспечивают постояльца минимальным набором услуг.[1]

Еще один пример. Система классификации отелей Индии является добровольной. Ее инициатор — Министерство по туризму Индии. Требования к отелям прописаны в документе «Руководящие принципы для классификации/реклассификации отелей» («Guidelines for Classification/Re-classification of Hotels»[2]). Инспектирует отели Комитет по инспекции и классификации отелей и ресторанов (The Hotel & Restaurant Approval & Classification Committee (HRACC)). Процедура классификации платная. Присвоенная категория сохраняется в течение 5 лет. Отелям присваиваются следующие категории: 5 звезд Делюкс, 5 звезд, 4 звезды, 3 звезды, 2 звезды, 1 звезда. Также особым образом классифицируются отели, расположенные в зданиях, являющихся историко-культурными памятниками (еще три категории): Наследие Гранд, Наследие Классик, Наследие Базовый уровень (Heritage Grand, Heritage Classic & Heritage Basic).

При «звездной» системе классификации оцениваются следующие параметры гостиницы:

— характеристика номерного фонда, а именно: площадь номеров, доля одноместных номеров, однокомнатных и многокомнатных, наличие коммунальных удобств в номерах и на этажах, комфортность номеров (при этом минимальное число номеров для всех категорий гостиниц устанавливается от 7 до 10);

— оборудование и оформление интерьера;

— информационное обеспечение, в том числе наличие телефонной, телефаксной и телетайпной связи;

— наличие и характеристики лифтов;

— характеристики общественных помещений, киноконцертных и конференц-залов, холлов, помещений для деловых встреч, отдыха, занятий спортом и т.д;

— наличие и характеристика предприятий питания: ресторана, столовой, гриль-бара, кафе, буфетов и т. д;

---

[1] Кужель Ю.Л. Японские традиционные гостиницы рёкан в культуре страны. М: Книгодел, 2007. — С. 11–13.

[2] Inclusion of Code of Conduct for ‘Safe & Honourable Tourism’ in the existing Guidelines for Classification. / Re-classification of Hotels. Режим доступа: http://tourism.gov.in/sites/default/files/chapter/class-reclass.pdf

— обеспечение возможности предоставления услуг торговли, бытового обслуживания и других дополнительных услуг;

— характеристика здания, подъездных путей, развитие инфраструктуры;

— обустройство прилегающей к гостинице территории.

Рассмотрим типы предприятий размещения в зависимости от размеров номерного фонда, уровня комфорта, целевого назначения и др.

В международной практике принята стандартная классификация средств размещения, разработанная экспертами Всемирной туристской организации. В соответствии с ней все средства размещения делятся на 1) **коллективные** и 2) **индивидуальные**. Предметом нашего исследования являются только коллективные средства размещения. Индивидуальные средства размещения — это квартиры, комнаты в квартирах, дома, коттеджи, сдаваемые в наем.

Российская классификация средств размещения представлена в ГОСТ 51185–2014. Коллективные средства размещения подразделяются на:

1) ***гостиницы и аналогичные средства размещения***

- гостиницы (отели)
- апарт-отели
- сюит-отели
- отели-гарни
- курортные отели
- клубы с проживанием
- парк-отели
- бутик-отель
- мотели

2) ***специализированные средства размещения***

- Санаторно-курортные средства размещения: санатории, пансионаты, профилактории, грязелечебницы с проживанием, бальнеологические лечебницы с проживанием, спа-отели и др.
- Специализированные средства размещения для отдыха и организации досуга: усадьбы с проживанием, дома/базы/центры отдыха, оздоровительные лагеря, рекреационные центры, деревни отдыха, спортивные лагеря /базы, лагеря труда и отдыха, дома охотника (рыбака) и др.
- Средства размещения для отдыха, оздоровления и организации досуга детей и юношества: детские санаторно-оздоровительные орга-

низации (санатории, пансионаты с лечением, профилактории, санаторно-оздоровительные и лечебно-оздоровительные центры/лагеря для детей); детские центры отдыха и оздоровления/лагеря/ базы отдыха, рекреационные центры для детей и подростков; специализированные или профильные лагеря/центры туристские оздоровительные, спортивные, краеведческие, языковые, танцевальные, компьютерные, образовательные, экологические, физкультурно-оздоровительные, образовательные и др.; туристские (центры детского и юношеского туризма, краеведения и экскурсий, станции юных туристов, детские туристские базы, лагеря и т. п.); летние пришкольные лагеря, лагеря дневного пребывания (в школах, гимназиях, колледжах и других образовательных организациях).

• Туристские специализированные средства размещения: туристские базы, туристские приюты, туристские деревни (деревни отдыха), горные приюты, стоянки, кемпинги и др.

• Транспортные специализированные средства размещения: общественный пассажирский транспорт (железнодорожные поезда и вагоны, теплоходы, суда, паромы), наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега, круизные речные и морские суда, яхты, катера, плавучие гостиницы/отели прогулочные корабли, флотели, акватели/ботели, ротели и т. п.), лайнеры, флайтели, автодома и автофургоны и др.

• Конгресс-отели: конгресс-центры с проживанием, конгрессно-гостиничные комплексы, бизнес-отели, неспециализированные объекты конгрессной недвижимости с проживанием и др.

3) Иные коллективные средства размещения:

• капсульные отели;
• апартаменты таймшера;
• кондоминиумы;
• концептуальные ледяные отели;
• отели для женщин;
• отели для нудистов;
• хостелы;
• общежития, комнаты, сервисные апартаменты; индивидуальные жилые дома, в т.ч. клубные дома, виллы/особняки, коттеджи, дачные дома, гостевые дома, сельские хижины, избы, юрты, шале, бунгало; доходные дома, комнаты в жилых домах и прочие средства размещения.

Средства размещения подразделяют на виды и категории по следующим признакам:

- по назначению;
- по местонахождению/расположению;
- по времени функционирования;
- по уровню технического оснащения;
- по состоянию материальной базы и номерного фонда;
- по вместимости;
- по уровню сервиса и качеству оказываемых услуг;
- по контингенту проживающих;
- по другим параметрам, имеющим значение для оказания услуг средств размещения и/или информированию потребителей услуг средств размещения.

— **по назначению** выделяют две большие группы предприятий размещения: транзитные (расположены на коммуникационных путях) и целевые (подразделяются в зависимости от цели путешествия на гостиницы делового назначения — бизнес-отели, конгресс-отели, и гостиницы для отдыха);

— **по местонахождению** выделяют гостиницы городские, загородные, сельские, горные, лесные, речные и др.

— **по времени функционирования:** круглогодичного действия; сезонного действия; выходного дня; круглосуточного, дневного или ограниченного по времени суток пребывания/действия;

— **по состоянию материальной базы и номерного фонда** (например, классификация по «звездам»): здесь учитывается состояние номерного фонда (площадь номеров, наличие удобств в номерах, доля одноместных или многокомнатных номеров, номеров-апартаментов), состояние мебели и инвентаря, наличие и состояние предприятий питания, состояние зданий, подъездных путей, обустройство прилегающих территорий, информационное обеспечение, техническое оснащение, предоставление дополнительных услуг;

— **по вместимости** номерного фонда: мини-гостиницы /отели — 5–15 номеров; малые средства размещения гостиницы — 16–50 номеров; средние гостиницы — 51–200 номеров; крупные гостиницы — от 200 номеров;

— классификация **по уровню сервиса и качеству оказываемых услуг** сопоставима с классификацией по звездности: комиссия оценивает эти параметры так же, как и состояние материальной базы и номерного фонда;

— **по продолжительности проживания**: существуют гостиничные предприятия для постоянного проживания (пока не распространены в отечественной практике) и гостиницы для временного проживания;

— **по контингенту поживающих**: на туристские, спортивные, физкультурно-оздоровительные, детские, молодежные, студенческие, семейные, для пожилых людей, для туристов с ограниченными физическими возможностями, для детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, для командировочных и т. д.

— **по виду используемых зданий** (помещений) средства размещения подразделяют на расположенные: в отдельно стоящих зданиях (кроме индивидуальных жилых домов); в индивидуальных жилых домах; в квартирах многоквартирных жилых домов; в иных зданиях, частях зданий и помещениях.

— **по способу и форме организации работы**/деятельности средства размещения подразделяют на независимые, сетевые (гостиничные цепи, объединения) и другие.

Основные требования к гостиничным предприятиям и гостиничным услугам

В Российской Федерации согласно ГОСТ Р 51185–2014. «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» к средствам размещения предъявляются следующие основные требования.

1. Средства размещения должны иметь:

— удобные подъездные пути с необходимыми знаками, вымощенные пешеходные дорожки;

— благоустроенную и хорошо освещенную в вечернее время прилегающую территорию;

— площадку с твердым покрытием для кратковременной парковки автотранспорта и необходимые справочно-информационные указатели.

2. В жилых и общественных помещениях должны быть:

— освещение — естественное или искусственное;

— холодное и горячее водоснабжение и канализация; в районах с перебоями водоснабжения необходимо обеспечить минимальный запас воды не менее, чем на сутки, и подогрев воды;

— отопление, поддерживающее температуру воздуха в жилых помещениях не ниже 18,5°;

— вентиляция (естественная или принудительная), обеспечивающая циркуляцию воздуха и исключающая проникновение посторонних запахов в жилые помещения;

— телефонная связь;

— пассажирский лифт (при необходимости).

3. В жилой комнате должны быть:

— мебель (кровать, тумбочка, стол, стул, шкаф), инвентарь (прикроватный коврик, зеркало и т. д.) и постельные принадлежности по количеству проживающих;

— плотные занавески или жалюзи, обеспечивающие затемнение помещения;

— сеть радиовещания;

— потолочные (настенные) и прикроватные светильники, электророзетки с указателем напряжения;

— замки в дверях с внутренним предохранителем.

4. Санузел в номере должен быть оборудован умывальником, унитазом, ванной или душем. При отсутствии санузла в номере средства размещения должны иметь санитарные объекты общего пользования (из расчета 1 унитаз,1 умывальник и 1 душ не более, чем на десять человек, раздельные для мужчин и женщин).

5. В коллективных средствах размещения туристов должны быть предусмотрены:

— комната бытового обслуживания, место для стирки и сушки одежды с необходимым оборудованием и инвентарем;

— помещение для предоставления услуг питания или пункты для самостоятельного приготовления пищи;

— помещение или часть помещения для просмотра телепередач и других культурно-массовых мероприятий;

— камера хранения;

— устройства для удобного доступа инвалидов: наклонные пандусы у входных дверей для проезда инвалидной коляски, лифты, специально оборудованные номера и туалет.

6. Обслуживающий персонал, оказывающий услуги средств размещения, должен обладать квалификацией, соответствующей выполняемой работе. Персонал должен создавать атмосферу гостеприимства, комфорта, проявлять доброжелательность и вежливость.

Порядок предоставления гостиничных услуг осуществляется в соответствии с Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ.

Набор услуг, их качество зависят от категории гостиницы. При присвоении гостинице определенной категории наряду с прочими

требованиями учитываются **номенклатура и качество услуг**, а также уровень обслуживания.

Услуги, представляемые в гостиницах, подразделятся на основные и дополнительные. К основным относится размещение. На втором месте по важности стоит услуга питания, которую предоставляют предприятия питания, имеющиеся в составе гостиницы.

Также все гостиничные услуги подразделяются на бесплатные и платные. Без дополнительной платы гостям могут быть предоставлены следующие виды услуг: вызов скорой помощи, пользование медицинской аптечкой, доставка в номер корреспонденции, побудка к определенному времени, предоставление кипятка, иголки с ниткой, один комплект посуды и столовых приборов.

Минимальный набор услуг для гостей предприятия размещения должен заключаться в следующем:

— круглосуточный прием;

— услуги общественного питания или условия для самостоятельного приготовления пищи;

— ежедневная уборка жилой комнаты (включая заправку постели);

— смена постельного белья — не менее одного раза в 5 дней, смена полотенец — не менее одного раза в три дня;

— отправка, получение и доставка корреспонденции;

— хранение ценностей, багажа;

— вызов скорой помощи, пользование аптечкой;

— туристская информация.

В зависимости от вида средств размещения услуги могут варьироваться, дополняться.

Специализированные средства размещения помимо услуг размещения оказывают услуги оздоровительно-лечебного характера, санаторно-курортного обслуживания, туристские, спортивные и другие в соответствии со своей специализацией.

Кроме того гостиница предоставляет комплекс дополнительных платных услуг, перечень которых соответствует категории гостиницы. Сюда могут относиться услуги организации общественного питания, магазины и торговые автоматы, объекты развлечений (дискотека, ночной клуб, бильярд и др.), услуги экскурсоводов и гидов-переводчиков, организации продажи билетов на театрально-концертные мероприятия, транспортные услуги, покупка и доставка цветов, продажа сувенирной продукции, бытовое обслуживание (ремонт и чистка обуви,

химчистка, прачечная, хранение вещей и ценностей, пункт проката, ремонт бытовой техники и др.)

Вопросы для самоконтроля

1. Основные вехи мировой истории индустрии размещения
2. Выдающиеся организаторы гостиничного бизнеса
3. Основные вехи истории индустрии размещения в России
4. Современное состояние гостиничного бизнеса в России
5. Современное состояние гостиничного бизнеса в Санкт-Петербурге
6. Нормативно-правовые основы деятельности средств размещения в России
7. Классификация средств размещения
8. Основные требования к гостиничным предприятиям в России.

Тема 5. Структура и функциональное назначение предприятий общественного питания

Одним из сегментов индустрии гостеприимства является индустрия питания, которая была, есть и будет потому, что удовлетворяет одну из самых главных базовых потребностей человека — потребность в еде.

Предпринимательская деятельность, связанная с общественным питанием, — одна из наиболее сложных по своему характеру и многообразию форм. Рестораны, кафе, бары, кафетерии, столовые, предприятия быстрого обслуживания, выездное ресторанное обслуживание — далеко не полный перечень предприятий этой сферы гостеприимства. В основе их работы лежит общий принцип — удовлетворение биологических потребностей человека в пище. Питание предоставляется в готовом виде и вне дома. К предприятиям индустрии гостеприимства не относятся торговые точки, осуществляющие продажу продуктов питания на вынос для потребления их дома.

Общественное питание — отрасль народного хозяйства, совокупность предприятий, занимающихся производством, реализацией и организацией потребления кулинарной продукции.

В состав отрасли общественного питания входят предприятия разных типов.

Предприятия общественного питания осуществляют производство кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, а также их реализацию и (или) организацию потребления.

Заготовочные предприятия, или цехи общественного питания осуществляют централизованное механизированное производство полуфабрикатов, кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, снабжая ими доготовочные предприятия, магазины кулинарии и предприятия розничной торговли.

Доготовочные предприятия (общественного питания) осуществляют приготовление блюд из полуфабрикатов и кулинарных изделий, их реализацию и организацию потребления.

Немного истории

История отрасли имеет древние корни. Она возникла одновременно с путешествиями, с потребностью в еде людей, оказавшихся далеко от дома, и соответственно, одновременно с предприятиями размещения. Первое время путешественник мог удовлетворить свои потребности в частных домах, хозяева которых соглашались приютить путника. Но с ростом числа путешествующих естественным образом возник соответствующий бизнес.

Прототипами предприятий общественного питания являлись общественные заведения, предназначенные для питья, еды, бесед. Как правило, первые предприятия питания предлагали своим гостям и услуги размещения. В древней Греции и древнем Риме это были таверны, в Киевской Руси, Польше, Чехии прототипами предприятий общественного питания являлись корчмы. В Германии такие учреждения гостеприимства назывались «постоялый двор» (Herberge, Taverne, Osteria — нем.).

В Англии при Елизавете встречались достаточно вместительные корчмы, где 300 человек с лошадьми могли найти приют и угощенье. В США прототипом современного предприятия общественного питания также были таверны.

Постепенно потребность в еде превращается в потребность есть красиво, изысканно, разнообразно. При этом отношение к еде и ее приготовлению в разных странах, на разных территориях было удивительно разным. Различались и продукты, и способы приготовления пищи. Где-то продукты измельчали, перетирали, смешивали. В других местах наоборот, максимально стремились сохранить вкус продукта. Степень термической обработки, используемые растения, соль и сахар — все это отличает кухни стран и регионов мира.

Считается, что классическое искусство кулинарии зародилось в эпоху Античности, в Древней Греции и Древнем Риме, а после

падения Римской империи получило развитие в Италии, наследнице Римской империи, под влиянием вкусов разбогатевшей буржуазии.

Примерно во второй половине XIV в. центр кулинарного искусства в Европе переместился из Италии во Францию, в Париж, на королевскую кухню, где получило мощную поддержку со стороны королевской семьи.

Уже в эпоху средневековья национальная кухня достигла такого уровня, что возникла потребность в специальных записях и систематизации. Именно во Франции в 1375 г. появилась первая поваренная книга «Le Viandier» (от франц. «viande» — мясо), автором которой считается повар короля Карла V Гийом Тирель, известный как Тайеван (Guillaume Tirel, Taillevent[1]; род. ок. 1310), хотя он только обобщил и дополнил более ранние версии. Кулинарные традиции современной Франции во многом основаны на тех средневековых кулинарных трактатах. В Италии (в Ватикане) первая поваренная книга появилась спустя почти 100 лет, в 1470 г.

Еще один знаменитый французский повар — Жорж Огюст Эскофье — сформировал традиции современной культуры обслуживания на предприятиях питания.

Жорж Огюст Эскофье *(Georges Auguste Escoffier, 1846–1935)* 	— французский кулинар, критик, кулинарный писатель, популяризатор и новатор французской кухни — «король поваров и повар королей» — автор книги «Кулинарный путеводитель» («Le Guide Culinaire», 1902 г., более 5 000 рецептов французской кухни)

Французская кухня сегодня считается одной из самых изысканных и популярных во всем мире. Достаточно вспомнить некоторые на-

[1] «Taillevent» — престижный ресторан в Париже, названный в честь знаменитого кулинара; открыт в 1946 г. «Guillaume Tirel» — название парижского Лицея гостиничного и ресторанного бизнеса.

звания французских блюд, знакомые каждой российской хозяйке — багет, круассан, майонез, бульон, омлет, киш, крем-брюле, эклер, безе, грильяж, профитроли, птифур, камамбер, рокфор, луковый суп и многое другое.

Франция подарила миру многих известных поваров. Например, Поль Бокюз (Paul Bocuse, 1926–2018), обладатель звания «лучший повар Франции», трех звезд Мишлена, ордена Почетного легиона и других наград. Он считается автором т.н. «новой кухни» и основателем одной из самых престижных премий в области кулинарии «Золотой Бокюз».

Кстати, звезды Мишлена — один из самых популярных рейтингов в ресторанном бизнесе — тоже подарила миру Франция. Рейтинг начинался с ***Красного гида Мишлена*** (фр. Michelin, Le Guide Rouge), основанного в 1900 г. Андре Мишленом, крупным промышленником в области производства шин, когда началось издание путеводителей с указанием лучших ресторанов и других мест для посещения. Рейтинг имеет трехзвездочную систему. Один лишь факт упоминания ресторана в путеводителе является фактом признания заслуг шеф-повара.

Ален Дюкасс (Alain Ducasse, род. 1956 г.), тоже француз, один из самых известных поваров современности, владелец империи ресторанов, три его ресторана удостоены самой высокой награды — трех звезд Мишлена. Его новшество — креативный подход, основанный на знании традиционных рецептов, стремлении сделать «высокую кухню» простой и понятной каждому. В искусстве кулинарии Дюкасс отводит 60% свежим и подходящим для блюда продуктам, и лишь 40% — мастерству повара. Т. е. залог успеха повара заключается в качественных продуктах, вкус которых в блюде необходимо подчеркнуть и развить. Но кухня и атмосфера в ресторане важны одинаково, подчеркивал А. Дюкасс.

Он так объяснил причину, по которой сделал столь головокружительную карьеру: «Кухня снизу настолько тяжела, что я подсознательно стремился все выше, и выше, и выше. Чем выше ты стоишь в гастрономической иерархии, тем легче тебе работать. Работа простого повара несравненно тяжелее, чем су-шефа или шефа. Я хотел избавиться от этого адского труда».

В каждой стране есть своя национальная кухня и свои знаменитые повара: Гордон Рамзи (Великобритания), Вольфганг Пак (Австрия), Ферран Адриа (Испания), Марио Батали (США), Нобуюки Нобу Мацухиса (США), Джейми Оливер (Англия), Фульвио Пьеранджелини (Италия) и многие другие.

Одной из самых богатых в мире считается русская кухня. Такие блюда русской кухни, как пельмени, щи, супы, пирожки-расстегаи и многоемногое другое широко известны; рецепты и кулинарные хитрости хранились в народе в течение многих столетий, передавались от поколения к поколению. Русская кухня, как и русская культура в целом, многое заимствовала у разных народов, населяющих Россию, а также у соседних народов вследствие политических и культурных контактов. Например, пельмени — блюдо Востока, борщ — традиционное блюдо Украины, обильное чаепитие — также традиция восточных культур. Щи, каши, черный хлеб имеют русское происхождение. В целом традиционная русская кухня была достаточно скромной и разнообразной одновременно. Мясо ели редко из-за большого количества постных дней, установленных Русской Православной Церковью. Растительность в холодном российском климате небогата, а именно она лежит в основе кухни любого народа. Зато рыбы всегда было много, ее готовили в виде закуски, первого и второго блюд, употребляли с блинами и пирогами, ели икру. Пироги считаются визитной карточкой русской кухни. Перечень начинок для пирогов огромный: «В скоромные дни они начинялись бараньим, говяжьим и заячьим мясом, несколькими мясами разом, например, бараниной и говяжьим салом, также мясом и рыбою вместе, с прибавкою каши или лапши. На масленице пекли пряженые пироги с творогом и с яйцами на молоке, на коровьем масле, с рыбой вместе искрошенными яйцами или с тельным, как называлось рыбное блюдо, приготовляемое в виде котлет. В постные рыбные дни пеклись пироги со всевозможнейшими родами рыб, особенно с сигами, снетками, лодогой, с одними рыбными молоками или с вязигой, на масле конопляном, маковом или ореховом; крошеная рыба перемешивалась с кашей или с сарацинским пшеном. В постные нерыбные дни пеклись они с рыжиками, с маком, горохом, соком, репою, грибами, капустою, на каком-нибудь растительном масле или сладкие с изюмом и другими разными ягодами. Сладкие пироги пеклись и не в пост, вместо пирожных».[1]

Предприятиями питания на Руси и в России были трактиры, харчевни, которые так же, как и во всем мире, предназначались для путешественников. Европейские кулинарные и ресторанные традиции

[1] Костомаров Н.И. Пища и питье. // Очерк домашней жизни и нравов великорусского народа в XVI и XVII столетии / Н.И. Костомаров. — М., 1992. Электронный ресурс. Режим доступа: https://www.booksite.ru/ancient/reader/human_2_02.htm

пришли в нашу страну вместе с реформами Петра I, когда европейские повара стали открывать в России рестораны европейской кухни.

Трактир — устаревшее название гостиницы или постоялого двора с харчевней или рестораном, обычно невысокого класса.

Харчевня — предприятие питания с набором простых русских блюд.

После Великой французской революции в Россию приехало много французских эмигрантов, которые вскоре заняли ключевые позиции в ресторанном бизнесе. Первоначально работая в частных домах, вскоре они стали открывать собственные ***рестораны***, предназначавшиеся для изысканной публики.

Трактиры остались для более простых потребителей. Например, в городах распространены были трактиры для извозчиков, отличавшиеся наличием двора, в котором можно было накормить и напоить лошадей. Ряд трактиров предлагал несколько залов с разным уровнем обслуживания. «Для многих москвичей трактир... был «первой вещью». Он заменял и биржу для коммерсантов, делавших за чашкой тысячные сделки, и столовую для одиноких, и часы отдыха в дружеской беседе для всякого люда, и место деловых свиданий, и разгул для всех — от миллионера до босяка», — писал в книге «Москва и москвичи» В. Гиляровский (1926 г.)

Обслуживанием посетителей в трактирах занимались «***половые***». В отличие от ***официантов***, работавших в ресторанах, они были одеты в «русский костюм»: обычно это были белые штаны и белая рубаха навыпуск, подпоясанная шнурком. Условия работы половых были достаточно тяжелыми: рабочий день продолжался до 16 часов, спать приходилось прямо в трактире на сдвинутых столах. Значительную часть половых составляли подростки 13–16 лет.[1] Часто владельцы трактиров не платили половым жалованья, и они существовали на чаевые.

Трактиры некоторое время называли «гербергами» на немецкий манер. После 1812 г. герберги стали ресторанами уже вследствие французского влияния. При гербергах часто устраивались меблированные комнаты для приезжих.

Первенство по числу предприятий питания в дореволюционной период имел Санкт-Петербург — самый большой город России по числу жителей и приезжих. Иностранцы описывали огромное количество трактиров как одну из особенностей Северной столицы, которая объ-

[1] Цветков А. Последние дни трактиров. // Солидарность. — 2011. — № 36.

яснялась интенсивным притоком населения, не имевшего в городе собственного жилья и кухни. Питание вне дома длительное время было распространено среди самых разных слоев населения, но в первую очередь — среди небогатых петербуржцев. Всего в 1874 г. в Петербурге насчитывалось 669 трактирных заведений, в том числе 468 трактиров, 53 портерные на правах трактиров, 16 трактиров без продажи крепких напитков, 29 ресторанов, 33 гостиницы со столом, 25 буфетов.[1] Трактиры с продажей крепких напитков обозначались красными вывесками.

Согласно Положению от 6 июня 1894 г. о казенной продаже алкогольных напитков, все трактирные заведения разделялись на три разряда: заведения третьего разряда могли торговать казенной водкой в запечатанной посуде по фиксированным ценам; второго разряда — той же казенной водкой, а также вином по свободным ценам в собственном разливе; первого разряда — получали возможность торговать любыми напитками по вольным ценам и в вольном разливе.

Проблема регулирования продажи алкоголя всегда волновала российское правительство. В 1914 г. в связи с началом I Мировой войны в стране был введен полный запрет на продажу алкоголя, что привело к закрытию многих предприятий питания, потерявших существенную часть дохода. После Октябрьской революции 1917 г. начинается новая история предприятий питания в России.

Классификация предприятий общественного питания. Термины и определения

Классификацию предприятий общественного питания устанавливает Межгосударственный стандарт ГОСТ 30389–2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания Классификация и общие требования» (введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 ноября 2013 г. № 1676-ст).

Предприятие общественного питания: имущественный комплекс, используемый юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем для оказания услуг общественного питания, в т.ч. изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров как на месте изготовления, так и вне его, по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг.

---

[1] Загребаева В. Как кутили в Петербурге. // Барная жизнь. — 29.05.2017.

Таблица 1

Классификация предприятий общественного питания[1]

Признак классификации предприятий (объектов) общественного питания	Классификационные группы
По характеру деятельности	предприятия (объекты), организующие производство продукции общественного питания с возможностью доставки потребителям: заготовочные фабрики, цехи по производству полуфабрикатов и кулинарных изделий, специализированные кулинарные цехи, предприятия (цехи) бортового питания и др. предприятия (объекты), организующие производство, реализацию продукции общественного питания и обслуживание потребителей с потреблением на месте и на вынос (вывоз) с возможностью доставки: рестораны, кафе, бары, столовые, предприятия (объекты) быстрого обслуживания, закусочные, кафетерии, буфеты. предприятия (объекты), организующие реализацию продукции общественного питания с возможным потреблением на месте: магазины (отделы)
По типам	ресторан, кафе, бар, столовая, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, магазин (отдел) кулинарии
По мобильности	стационарные передвижные
По организации производства продукции общественного питания	предприятия (объекты), работающие на сырье (с полным технологическим циклом), полуфабрикатах (доготовочные), комбинированные
По уровню обслуживания	предприятия (объекты) класса (категории) люкс, высший, первый
По месторасположению	общедоступные и закрытого типа, обслуживающие определенный контингент потребителей
По времени функционирования	постоянно действующие, сезонные (летние)

[1] ГОСТ 30389–2013.

При определении типа предприятия общественного питания учитываются: 1) ассортимент реализуемой продукции, ее разнообразие и сложность изготовления; 2) техническая оснащенность (материальная база, инженерно-техническое оснащение и оборудование, состав помещений, архитектурно-планировочное решение); 3) методы и качество обслуживания (комфортность, этика общения, эстетика оформления); 4) квалификация персонала; 5) номенклатура предоставляемых населению услуг.

Рассмотрим, чем отличаются типы предприятий питания согласно определениям, которые также представлены в ГОСТе.

Ресторан — это предприятие (объект) питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, **с *широким ассортиментом*** блюд сложного изготовления, включая фирменные блюда и изделия, алкогольных, прохладительных, горячих и других видов напитков, кондитерских и хлебобулочных изделий, покупных товаров. Рестораны подразделяются на классы: люкс, высший, первый.

Кафе — это предприятие (объект) питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с предоставлением ***ограниченного*** по сравнению с рестораном ассортимента продукции и услуг, реализующее фирменные блюда, кондитерские и хлебобулочные изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, покупные товары.

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

Предприятие быстрого обслуживания — реализует узкий ассортимент изделий, напитков несложного изготовления, как правило, из полуфабрикатов высокой степени готовности, и обеспечивающее минимальные затраты времени на обслуживание потребителей.

Буфет — реализует с потреблением на месте ограниченный ассортимент продукции из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе холодные и горячие блюда, закуски, мучные кулинарные, хлебобулочные и кондитерские изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, покупные товары.

Кафетерий — оборудован буфетной или барной стойкой, реализует с потреблением на месте горячие напитки, прохладительные на-

питки, ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе бутерброды, хлебобулочные и кондитерские изделия, горячие блюда несложного изготовления и покупные товары.

Столовая — осуществляющее приготовление и реализацию с потреблением на месте разнообразных блюд и кулинарных изделий в соответствии с меню, различающимся по дням недели.

Закусочная — предлагает ограниченный ассортимент блюд и изделий несложного изготовления и предназначена для быстрого обслуживания потребителей, с возможной реализацией алкогольных напитков, покупных товаров.

Магазин (отдел) кулинарии — предназначен для реализации населению продукции общественного питания в виде кулинарных изделий, полуфабрикатов, кондитерских и хлебобулочных изделий.

Сегодня появляются новые типы предприятий питания, совмещающие в себе признаки разных типов.

— ***Предприятие быстрого обслуживания*** — работает на полуфабрикатах, цель — как можно быстрее обслужить наибольшее число посетителей; сюда относятся бистро, многие сетевые т.н. «рестораны» — Макдональдс, Бургеркинг, KFC и другие.

— ***Предприятие выездного обслуживания*** — специализируется на услугах кейтеринга.

Кейтеринг — отрасль общественного питания, связанная с оказанием услуг на удаленных точках, включающая все предприятия и службы, оказывающие подрядные услуги по организации питания сотрудников компаний и частных лиц в помещении и на выездном обслуживании, а также осуществляющие обслуживание мероприятий различного назначения и розничную продажу готовой кулинарной продукции.

— ***Кофейня —*** предприятие, очень похожее на кафетерий, предлагает безалкогольные напитки, кондитерские изделия и легкие закуски.

Также существует множество ***специализированных предприятий питания***: шашлычные, пельменные, блинные, пирожковые, сосисочные, пиццерии и др. Все они специализируются на одном блюде и его разновидностях.

К предприятиям питания относятся ***кафе-автоматы***, предлагающие клиентам ограниченный ассортимент готовых блюд типа пиццы,

гамбургеров, бутербродов, хот-догов или кондитерских изделий. Установка таких автоматов имеет смысл в местах большого скопления народа — на вокзалах, в аэропортах и т. п.

Новое явление современной жизни — ***антикафе*** — это не предприятие питания, а социальное пространство, общественное заведение, где оплачивается время пребывания, а минимальный выбор напитков и еды прилагается, но он необязателен. Постоянные посетители таких заведений — молодежь, у которой нет достаточно средств на кафе или рестораны, но нужно место для совместного времяпрепровождения.

Требования, предъявляемые к предприятиям общественного питания в России

Деятельность сферы общественного питание регулируется большим числом нормативных документов, что связано с важностью ее для жизни и здоровья человека.

Предприятия питания в России должны руководствоваться в своей деятельности следующими нормативными документами.

— ГОСТ 31984–2012 Услуги общественного питания. Общие требования.

— ГОСТ 31985–2013 Услуги общественного питания. Термины и определения.

— Межгосударственный стандарт ГОСТ 30389–2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания Классификация и общие требования.

— Правила производства и реализации продукции (услуг) общественного питания, утверждены постановлением Правительства РФ от 13.04.1993 № 332.

Полный перечень документов утвержден постановлением правительства №584 от 16.07.2009 г. (см. Приложение 4).

Первое и главное — на предприятиях общественного питания любого типа и класса должны обеспечиваться ***безопасность жизни и здоровья потребителей*** и сохранность их имущества при условии соблюдения «Правил производства и реализации продукции общественного питания», санитарных и технологических норм и правил, а также требований пожарной и электробезопасности.

Предприятия общественного питания любого типа должны иметь удобные подъездные пути и пешеходные доступы к входу, необходимые

справочно-информационные указатели. Прилегающая к предприятию территория должна иметь искусственное освещение в вечернее время.

На территории, прилегающей к предприятию и доступной для потребителей, не допускается: проведение погрузочно-разгрузочных работ; складирование тары; размещение контейнеров с мусором; сжигание мусора, порожней тары, отходов.

Площадки с мусоросборниками должны быть удалены от окон и дверей не менее, чем на 20 м. На предприятии должны быть предусмотрены аварийные выходы, лестницы, инструкции о действиях в аварийной ситуации, система оповещения и средства защиты от пожара.

Предприятия всех типов и классов должны быть оснащены инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими необходимый уровень комфорта, в том числе горячим и холодным водоснабжением, канализацией, отоплением, вентиляцией, радио- и телефонной связью.

Вход на предприятие должен обеспечивать одновременное движение двух встречных потоков потребителей на вход и выход. В предприятиях с количеством мест в залах более 50 должны быть предусмотрены отдельные входы и лестницы для потребителей и персонала.

Каждое предприятие должно иметь вывеску с указанием его типа, класса, форм организации его деятельности, фирменного названия, юридического лица (местонахождение собственника), информацию о режиме работы, об оказываемых услугах.

Планировка помещений предприятия питания должна обеспечивать качественный технологический процесс.

Ниже представлена общая структура предприятия общественного питания с учетом выполняемых функций. Для каждого подразделения выдвигаются особые требования по обустройству, содержанию и эксплуатации.

Группы помещений предприятия питания (ресторан, кафе):

1. Складская группа — предназначена для кратковременного хранения сырья и продуктов в охлаждаемых камерах и неохлаждаемых кладовых с соответствующими режимами хранения;

2. Производственная группа — предназначена для переработки продуктов, сырья (полуфабрикатов) и выпуска готовой продукции; в ее составе основные (заготовочные и доготовочные) цехи, специализированные (кондитерский, кулинарный и др.) и вспомогательные (моечные, хлеборезка);

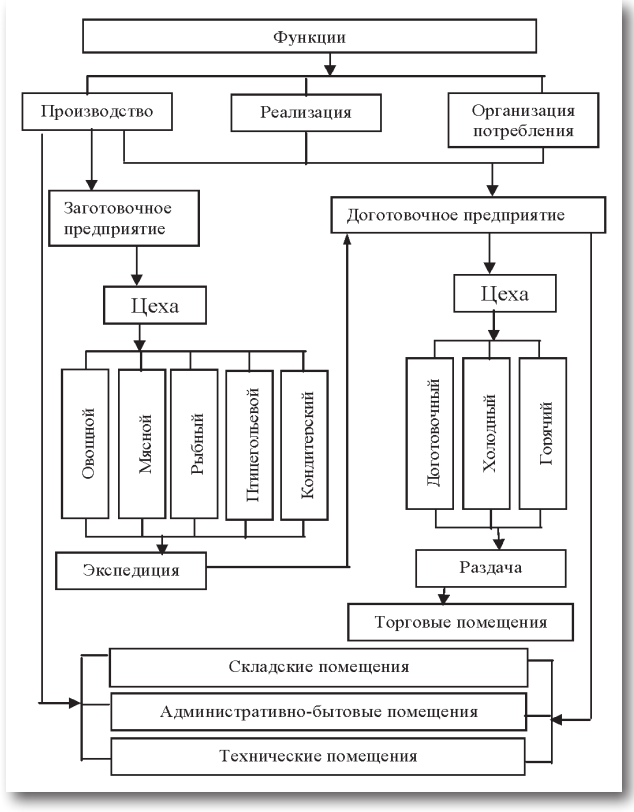


Рис. 3. Производственно-торговая структура предприятия питания

3. Торговая группа — предназначена для реализации готовой продукции и организации ее потребления (торговые залы с раздаточными и буфетами, магазины кулинарии, вестибюль с гардеробом и санузлами и др.). Также сюда относятся помещения, предназначенные для обслуживания гостей: вестибюли (в том числе гардероб, умывальные и туалетные комнаты), аванзал (зал ожидания), зал, буфеты, бары, курительные комнаты. В некоторых ресторанах могут быть танцевальные площадки и площадки под эстраду для оркестра и выступлений артистов, видовые площадки на балконах, плоских крышах и т. д.

Предприятия питания оснащаются мебелью (столами, стульями, креслами, барными и буфетными стойками), столовой посудой и приборами, столовым бельем, предметами декора, соответствующими интерьеру помещений и тематической направленности предприятия. Все предметы интерьера должны обеспечивать стилевое единство, соответствующее направленности предприятия питания.

Все предприятия должны иметь меню различного дизайна на государственном языке и винную карту (и/или чайную, кофейную, десертную карты), по оформлению соответствующие специализации. Меню оформляется типографским или компьютерным способом. Допускается использование альтернативных форматов меню (грифельных досок, стендов, световых табло, сенсорных мониторов и дисплеев и др.). В буфетах, кафетериях, магазинах кулинарии оформляют прейскуранты и ценники на реализуемые продукты питания.

Персонал предприятия питания должен иметь образование и квалификацию в соответствии с занимаемой должностью. Ниже представлена примерная организационная структура предприятия питания с точки зрения подразделений и должностей сотрудников.

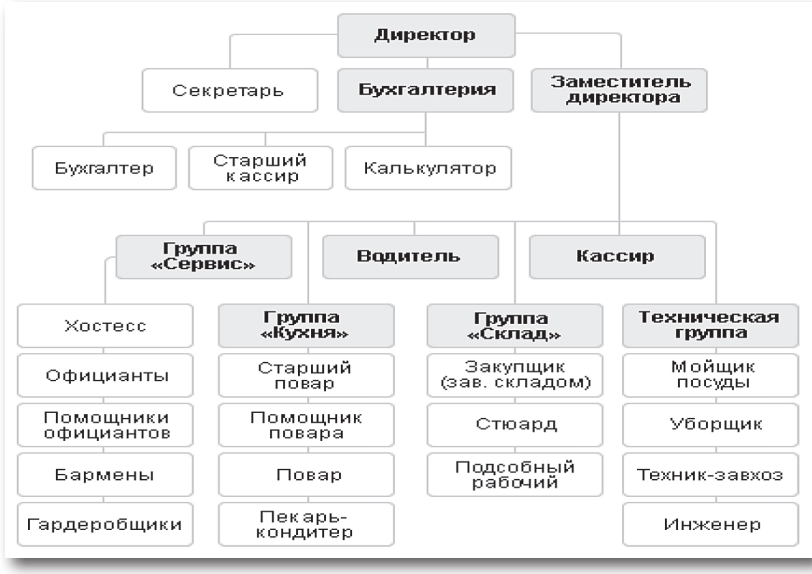


Рис. 4. Организационная структура предприятия питания

Виды услуг и обслуживания на предприятиях общественного питания

Предприятие питания самостоятельно определяет перечень оказываемых услуг в сфере общественного питания.

Основные услуги предприятий питания — это приготовление блюд и их реализация в той или иной форме.

К дополнительным услугам предприятия питания относят: услуги кейтеринга, выездное обслуживание, организация развлекательных и специальных мероприятий, банкетное обслуживание, информационные услуги, вызов такси, парковка на территории предприятия и др.[1]

Также услуги предприятий питания подразделяются на материально-бытовые, торговые и культурно-массовые.

Материально-бытовые услуги связаны с реализацией блюд, напитков, кулинарных и кондитерских изделий; доставкой продукции по заказам потребителей; сервировкой и подачей блюд; сбором использованной посуды и ее мойкой.

Торговые услуги — это прием и передача заказов на производство; расчет с посетителями (подача счета); консультации покупателей (потребителей услуг) по вопросам свойств блюд и напитков, сервировки стола, приготовления блюд.

Культурно-массовые услуги — это организация музыкальных программ, проведение концертов, организация вечеров-встреч.

На предприятиях общественного питания выделяют ***три вида обслуживания***: самообслуживание, обслуживание официантами и смешанный вид.

Существуют два вида обслуживания официантами: бригадный и индивидуальный. Бригадная система обслуживания заключается в обслуживании не группы столиков, а группы блюд — например, один официант отвечает за холодные закуски, другой за горячее, третий за напитки и т. д. Этот вид обслуживания используется, например, на мероприятиях, когда за короткий срок необходимо накормить большое число людей.

Рассмотрим ***специальные формы организации питания***, которые используются, в частности, для обслуживания гостей отелей.

Во-первых, в отелях, особенно категории «три звезды» и выше, для обеспечения гостей питанием (как правило, завтраки) используется

[1] Межгосударственный стандарт ГОСТ 30389–2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания Классификация и общие требования.

система буфета или, как ее чаще называют, «шведского стола». Для этого в ресторане выделяют отдельный зал или часть его, удобную для обслуживания, назначают бригаду официантов. Каждый официант выполняет конкретный вид работы: расставляет продукцию на «шведском столе», пополняет недостающую продукцию, сервирует столы, убирает использованную посуду и др. Ассортимент продукции «шведского стола» должен периодически обновляться.

Вариантом буфета является организация питания по типу «бранча». Бранч (от англ. разговорного «brunch» — поздний завтрак) в англоязычных странах означает воскресный поздний завтрак, плавно перетекающий в обед. Часто он проходит в ресторане, примерно с 12 до 16 часов. Здесь всегда представлен расширенный ассортимент блюд, как бы совмещающий завтрак и обед.

Во-вторых, на предприятиях размещения по желанию гостей организуется питание в номерах. Это дополнительная услуга высококлассных отелей, ее организация входит в обязанности ресторана. С заказчика взимается дополнительная плата, не превышающая 10% суммы счета.

В-третьих, это обслуживание участников съездов, конгрессов, совещаний, проживающих в гостинице, которых необходимо обеспечивать трехразовым питанием. Сложность заключается в необходимости за короткое время накормить много людей. Для своевременной организации питания администрацию ресторана следует проинформировать о сроках и масштабах мероприятия, численности участников. Составляется график питания, меню составляют заранее и обязательно согласовывают с заказчиком. В основном используют варианты комплексных завтраков, обедов, ужинов.

Необходимость одновременного обслуживания большого числа людей, располагающих небольшим отрезком времени, требует быстроты и четкости работы официантов. Облегчает работу бригады официантов закрепление за каждым участником мероприятия определенного места за столом, а столы сервируются заранее.

Вопросы для самоконтроля

1. Сущность общественного питания
2. Основные вехи истории общественного питания
3. История индустрии питания в России
4. Классификация предприятий общественного питания

5. Нормативно-правовое регулирование деятельности предприятий общественного питания

6. Требования, предъявляемые к предприятиям общественного питания в России

7. Внутренняя структура предприятия общественного питания

8. Виды услуг на предприятиях питания

9. Виды обслуживания в индустрии общественного питания

10. Формы организации питания гостей отеля

Тема 6. Транспортное обслуживание в индустрии туризма и гостеприимства

Общая характеристика транспортной системы

Следующее направление в деятельности индустрии гостеприимства — **транспортный сегмент**, с которым взаимодействуют другие предприятия индустрии гостеприимства. Наша задача — охарактеризовать пассажирский транспорт, услуги, которые он предоставляет, и то, какие виды транспорта используются в туризме и гостеприимстве.

Транспорт — совокупность всех видов путей сообщения, транспортных средств, технических устройств и сооружений на путях сообщения, обеспечивающих перемещение людей и грузов различного назначения; отрасль экономики.

Транспортная система — это взаимосвязанное объединение транспортных средств, оборудования, составляющих инфраструктуры транспорта и субъектов перевозки (в том числе и элементов управления), а также занятых в этой отрасли работников. Цель любой транспортной системы заключается в организации и осуществлении эффективной перевозки как грузов, так и пассажиров.[1]

Особую важность транспортная система имеет в странах с большой территорией, поэтому транспортные пути наибольшей протяженности расположены в США, Китае, Индии и России (соответственно железнодорожные (тыс. км) 225, 91, 68,5 и 85); автомобильные — 6,5 млн. км, 4,4 млн. км, 4,7 тыс. км и 1,4 млн. км).[2]

---

[1] Овчаренко А. Транспортная система — это что такое? Развитие транспортной системы России. // FB. 14.11.2017 г. Электронный ресурс. Режим доступа: http://fb.ru/article/356735/transportnaya-sistema---eto-chto-takoe-razvitie-transportnoy-sistemyi-rossii

[2] Большая российская энциклопедия: электронный ресурс. Режим доступа: https://bigenc.ru/

Классификация средств транспорта

Транспортные средства можно классифицировать по различным признакам. Самая общая классификация представлена ниже.

1. В зависимости от среды, в которой функционируют транспорт, выделяют наземный, водный, воздушный виды транспорта.

— Наземный транспорт — это автомобильный, железнодорожный, велосипедный, гужевой, трубопроводный, а также прочие виды транспорта (лифт, эскалатор, фуникулер и др.).

— Водный транспорт подразделяется на морской и речной виды транспорта.

— Воздушный транспорт — это авиация и воздухоплавание.

2. По назначению — общественный транспорт, транспорт специального назначения, индивидуальный транспорт.

3. По видам используемой энергии — транспорт с собственным двигателем; транспорт, использующий силу ветра; транспорт, использующий мускульную силу человека или животного.

В России создана мощная транспортная система, включающая в себя автомобильный, водный, железнодорожный и авиационный виды транспорта.

Деятельность транспорта в России регулируется рядом нормативных документов. Основные из них:

— Воздушный кодекс РФ;

— Водный кодекс РФ;

— Устав железнодорожного транспорта;

— Кодекс торгового мореплавания;

— Кодекс водного внутреннего транспорта;

— Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта.

В настоящий момент в России транспортная система развивается в соответствии с Федеральной целевой программой «**Развитие транспортной системы России** (2010–2020 годы)».

Общие задачи программы:

— развитие путей сообщения (автомобильные дороги общего пользования, железнодорожные линии, внутренние водные пути);

— строительство скоростных автомобильных дорог и железнодорожных линий для организации скоростного пассажирского движения;

— формирование единой дорожной сети круглогодичной доступности для населения;

— развитие аэропортовой сети (аэропорты-хабы, внутрироссийские узловые и местные аэропорты);

— увеличение пропускной способности российских морских портов;

— комплексное развитие транспортных узлов, включая терминально-логистические центры;

повышение конкурентоспособности международных транспортных коридоров;

— обновление парков транспортных средств, состава морского и речного флота;

— обеспечение транспортной безопасности;

— развитие интегрированной системы контроля безопасности на транспорте;

— формирование и отработка механизмов проектного управления инвестициями.

Таким образом, проблемы в развитии российской транспортной системы заключаются:

— в необходимости дальнейшего обновления производственно-технической базы транспортной системы и самих транспортных средств;

— недостаточной безопасности работы транспорта;

— низком уровне инвестиций;

— наличии труднодоступных мест жизни людей, когда, например, в межсезонье 10% населения страны фактически отрезаны от остальной территории страны (нет доступа к сети круглогодично эксплуатируемых автодорог и/или не имеет доступа к железнодорожным станциям и аэродромам);

— построении транспортной системы по звездообразному принципу с центром в столице, что снижает подвижность населения;

— высокой стоимости перевозок;

— монополизации некоторых видов перевозок (например, железнодорожных).

В Отчете о реализации программы за 2017 год[1] содержатся показатели развития транспортной системы России. Приведем некоторые из них:

---

[1] Основные итоги реализации федеральной целевой программы «Развитие транспортной системы России (2010–2021 гг.)» за 2017 год. Электронный ресурс. Режим доступа http://www.tvertas.ru/sites/default/files/8._osnovnye_itogi_realizacii_fcp_razvitie_transportnoy_sistemy_rossii.pdf Дата обращения 20.08.2018

— транспортная подвижность населения на 1 жителя России в год составила 3 815,6 км (для сравнения: в странах Западной Европы — 15–20 тыс. км, в США, Канаде — 25–30 тыс. км в год);

— авиационная подвижность населения составила 1 635 пасс.-км на 1 жителя России в год;

— количество трансферных пассажиров в аэропортах-хабах достигло значения 1,5 млн пассажиров в год;

— протяженность автомобильных дорог общего пользования федерального значения, соответствующих нормативным требованиям к транспортно-эксплуатационным показателям, составила 41 246 км.

Транспортная система — необходимый элемент туризма. Доля транспортного обслуживания в общей структуре туристских услуг составляет около 40%.

Для организаций путешествий туристские фирмы используют различные виды транспорта:

авиация — рейсы по расписанию, чартерные рейсы;

сухопутные виды транспорта — железнодорожный, автомобильный, велосипедный, гужевой и др.;

водный транспорт — морские круизы, речные круизы, паромное сообщение, яхтинг.

Число железнодорожных перевозок на мировом туристском рынке за последние годы понизилось, что связано с относительно низкой комфортностью этого вида транспорта. Доля авиаперевозок имеет тенденцию роста. Автомобильный транспорт удобен для путешествий на короткие расстояния.

При выборе того или иного транспортного средства на туриста влияют такие основные факторы, как безопасность путешествия, цена, скорость доставки, комфортабельность. Существуют и дополнительные критерии: возможность обзора, индивидуальная непереносимость...

Чем выше набор положительных факторов, тем выше цена транспортного путешествия.

Виды транспорта, используемые в туризме

Авиационный транспорт

Авиационный транспорт — самый удобный при переездах на дальние расстояния. Широкая сеть авиакомпаний, сравнительно небольшая продолжительность полетов, хороший сервис и конкурентоспособные

тарифы делают авиатранспорт привлекательным для туристов. С каждым годом авиатранспорт усиливает свои позиции в общемировой транспортной системе.

Воздушные суда подразделяются по размерам и по дальности полетов без дополнительной заправки:

— самолеты большого радиуса действия (аэробусы);

— самолеты средней дальности, некоторыми авиакомпаниями так же используются для полетов на малые расстояния;

— самолеты, рассчитанные на полеты только на небольшие расстояния с количеством пассажирских мест не более ста;

— небольшие самолеты для региональных авиамаршрутов;

— прогулочные самолеты, которые в основном используют для коротких, не более 500 км., перелетов.

Среди известных марок самолетов, в частности пассажирских, следует отметить такие названия, как Аэробус, Боинг, Ил, Ту, Ан, Як, Canadian Regional Jet, MD.

В настоящее время воздушные международные сообщения обеспечивают сотни авиакомпаний, свыше 250 из них — регулярные международные авиакомпании. Сеть международных авиаперевозок охватывает несколько географических регионов и более 150 государств мира. В обслуживании линий авиационных международных сообщений участвуют свыше 1000 аэропортов мира, более 600 из них обслуживают регулярные международные авиаперевозки.

В России основным документом, регулирующим деятельность воздушного пространства, является Воздушный кодекс Российской Федерации, введенный в действие 19 марта 1997 г. (с изм. и доп., вступ. в силу с 14.08.2018).

Виды авиаперелетов

Авиаперелеты могут осуществляться с помощью рейсов регулярных (по расписанию), дополнительных, специальных, чартерных.

Чартер — договор фрахтования водного или воздушного судна на определенный рейс, заключается между фрахтовщиком и фрахтователем. Чартер может заключаться на один рейс, на несколько рейсов, на определенное время.

Авиаперелеты могут быть:

— безостановочные — полет между двумя точками без остановок;

— стыковочные — полет между двумя точками с посадкой и пересадкой на другие рейсы в пути;

— прямыми или сквозными — полет между двумя точками с одной или несколькими остановками, но без смены самолета.

Также существуют следующие виды авиаперелетов:

— в один конец — перелет между двумя точками (с посадкой или без посадки) в рамках одного или нескольких рейсов;

— в оба конца — перелет начинается и заканчивается в одном и том же городе с использованием рейсов «туда и обратно» на самолетах одной компании и по одному маршруту;

— циркулярный (по кругу) — перелет «туда и обратно», но полет «обратно» происходит по другому маршруту или на рейсе другой авиакомпании;

— open jaw («открытая челюсть») — перелет «туда и обратно», при возвращении в другой город или не из города назначения.

Тариф авиабилета — это плата, взимаемая авиакомпанией за оказание конкретного набора услуг по авиаперевозке.

Тарифы зависят от классов обслуживания, маршрутов полетов, могут иметь скидки, зависеть от времени пребывания в месте назначения. Тарифы различаются стоимостью, возможностью обмена и возврата, сроком действия билета, скидками для детей и др. Существуют т.н. «опубликованные тарифы» и «конфиденциальные тарифы», которые используются в рамках конкретных партнерских отношений.

Основные виды тарифов: полный тариф и специальный тариф. Первый, как правило, дороже, но дает покупателю больше возможностей по обмену и возврату.

Специальные тарифы вводятся, как правило, с целью привлечения клиентов: они дешевле, но могут иметь ряд ограничений, например, невозможность обмена и возврата. Конечно, большинство путешественников предпочитают пользоваться именно такими тарифами. К специальным тарифам можно отнести молодежные, семейные, пенсионные, групповые и другие тарифы.

Виды услуг, предоставляемые на авиационном транспорте.

В целях привлечения большего числа пассажиров авиакомпании предлагают клиентам разный набор услуг различной стоимости: от высочайшего класса обслуживания до эконом вариантов, эксклюзивные программы, льготы для постоянных клиентов и для тех, кто пользуется услугами отелей и фирм, с которыми сотрудничает авиакомпания.

Набор предоставляемых услуг зависит прежде всего от класса обслуживания.

Обычно авиакомпании предлагают своим пассажирам три класса обслуживания.

Первый класс (First class) — F:

R — сверхзвуковой самолет, первый класс (Supersonic);

P — первый класс «Премиум» (First class premium);

Q — первый класс со скидкой (First class discounted).

Бизнес-класс (Business-class) — C:

J — бизнес-класс «Премиум»;

D, Z — бизнес-класс со скидкой в зависимости от величины и варианта скидки.

Экономический класс (Economy class) — S,Y:

W — экономический класс «Премиум»;

B, H, K, L, M, N, Q, T, V, X — экономический класс со скидкой в зависимости от срока бронирования, действия билета, дня отправления и возврата, а также от различных ограничений по возврату, аннулированию и пр.

Ведущая российская авиакомпания «Аэрофлот» предлагает пассажирам обслуживание в классах Бизнес, Комфорт и Эконом. Для каждого класса действует своя система тарифов. Например, для класса «Бизнес» действуют тарифы Премиум (FLEX) и Оптимум (CLASSIC). Первый тариф позволят иметь открытую дату вылета, второй нет. Есть еще целый ряд различий, сведения представлены на официальном сайте авиакомпании.[1]

Классы различаются комфортабельностью кресел, качеством питания, размером бесплатно провозимого багажа.

Авиапассажирам первого и бизнес классов предоставляют дополнительные услуги: в аэропорту — отдельный зал для регистрации на вылет, специальные залы ожидания, первоочередное получение багажа; на борту самолета — комфортные места, личное пространство которых на 50% больше обычного, кресла с тремя дополнительными комбинациями изменения положения, многоканальные программы на родном языке пассажира, печатные издания, специальное питание.

Иногда авиакомпании предлагают пассажирам собственные бортовые услуги. Авиакомпания «British Airways» устанавливает в первом

[1] Правила применения тарифов авиакомпании Аэрофлот. Режим доступа: https://www.aeroflot.ru/ru-ru/information/purchase/rate/fare_rules

и бизнес-классе кресла, которые легко превратить в кровать. Эта же компания первая предложила пассажирам первого класса отдельные кабинеты с рабочими столиками, присоединенными к креслам, авиакомпания XLM разработала для пассажиров бизнес-класса специальные подушки и одеяла.

Питание на борту самолета зависит от времени пребывания пассажиров в воздухе. Каждая авиакомпания составляет собственное меню, периодически обновляя его: завтрак (омлет, сэндвичи и т. д.); обед или ужин (закуска, горячее блюдо, десерт, кофе); холодные закуски; чай (напиток) с пирожными или бутербродами.

Мировые авиакомпании практикуют заказ для авиапассажиров специального питания, то есть блюд, не входящих в основное меню, — вегетарианского, мусульманского и т. п.

Кроме этого, большинство авиакомпаний мира разрабатывают для своих постоянных пассажиров специальные бонусные программы.

В авиакомпании «Аэрофлот» существует программа «Аэрофлот Бонус». Основной расчетной единицей Программы является Миля, которые начисляются за полеты на регулярных рейсах Аэрофлота, Авиакомпаний-Партнеров Программы по тарифам, участвующим в начислении Миль, а также за товары, работы, услуги, предоставляемые Партнерами Программы. Участнику Программы начисляются квалификационные Мили в процентах от расстояния в зависимости от тарифа, указанного в билете. Накопленные мили можно использовать для повышения класса обслуживания, для оплаты перелетов, для покупки товаров и услуг компаний-партнеров.

Железнодорожный транспорт

Железнодорожный транспорт развит практически во всех странах мира. Но есть и страны, где железных дорог нет — Белиз, Бахрейн, Афганистан, Бруней, Заир, Чад, Кипр, Катар, Маврикий, Мальта, Ливия, Сейшелы и ряд других.

Железнодорожный транспорт осуществляет перевозки грузов и пассажиров по рельсовым путям с помощью механической тяги (тепло-, электро- и паровозов).

Протяженность мировой сети железных дорог приблизительно равна 1,2 млн км. На первом месте США. Длина российских железнодорожных линий составляет всего около 7% от этого числа, однако на

их долю приходится 35% мирового грузооборота и примерно 18% пассажирооборота.[1]

Таблица 2

Протяженность железных дорог, топ.10 стран

№	Страна	Длина ж/д (км)
	Весь мир	1 134 429
1	США	226 427
2	КНР	93 250
3	Россия	87 157
4	Индия	63 327
5	Канада	46 688
6	Германия	41 896
7	Австралия	37 855
8	Аргентина	31 409
9	Франция	29 213
10	Бразилия	28 857

Источник: CIA World Factbook https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2121rank.html

В России первая пассажирская железная дорога протяженностью около 27 км была построена в 1836–1838 гг. Она соединила Санкт-Петербург и Павловск. В 1843–1851 гг. по проекту российских инженеров П.П. Мельникова и Н.О. Крафта сооружена первая в мире двухпутная железная дорога большой протяженности — С.-Петербург — Москва (с 1855 г. Николаевская ж. д., с 1923г. — в составе Октябрьской железной дороги), которая положила начало созданию широкой сети дорог общероссийского значения.[2]

Сегодня железные дороги России находятся в ведении ОАО «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД»). Эта компания — владелец инфраструктуры железных дорог общего пользования, значительной

[1] Овчаренко А. Транспортная система — это что такое? Развитие транспортной системы России. // FB. 14.11.2017 г. Электронный ресурс. Режим доступа: http://fb.ru/article/356735/transportnaya-sistema---eto-chto-takoe-razvitie-transportnoy-sistemyi-rossii

[2] Воробьев Э.В., Павлов В.Е., Соловьёва А.М. Железная дорога. // Большая российская энциклопедия. Электронная версия. Режим доступа: https://bigenc.ru/domestic_history/text/3822668 Дата обращения 20.08.2018.

части подвижного состава и важнейший оператор российской сети железных дорог.

ОАО «РЖД» образовано в 2003 г. на базе Министерства путей сообщения России. Компания входит в мировую тройку лидеров в области железнодорожного транспорта. Единственный владелец компании — Российская Федерация. В ведении РЖД 85,5 тыс. км железных дорог, из них 43,7 тыс. км. электрифицирован. Доля ОАО «РЖД» в пассажирообороте транспортной системы России — 26,4%.[1]

Пассажирские поезда подразделяются на группы в зависимости от разных признаков:

— по дальности следования: дальние и пригородные поезда (до 200 км.);

— по скорости движения: скоростные — скорость не менее 100 км/ч), скорые и пассажирские поезда (скорость менее 50 км/ч);

— по регулярности движения: поезда круглогодичной, сезонной и разовой эксплуатации;

— по периодичности движения: ежедневные, следующие через день, по четным или нечетным числам, следующие по дням недели или определенным числам месяца;

— по уровню сервиса: фирменные, повышенной комфортности, обычные (без дополнительных услуг).

Таблица 3

Нумерация, установленная для пассажирских поездов

Категория поезда	Нумерация
Скорые круглогодичные	1–150
Скорые сезонного и разового обращения	151–298
Пассажирские круглогодичные	301–450
	601–698
Пассажирские поезда сезонные, разового назначения и детские	451–598
Скоростные	701–750
Высокоскоростные	751–788
Скорые, обслуживаемые моторвагонным подвижным составом (кроме скоростных и высокоскоростных)	801–898
Туристические (коммерческие)	921–940

Источник: http://rzd.me/inform-block/train-numerate/

[1] ОАО «РЖД»: официальный сайт. Режим доступа: http://www.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=628

Железнодорожный транспорт активно используется для путешествий. Он считается самым безопасным, хотя современные поезда могут двигаться со скоростью более 350 км/ч. Преимущества этого вида транспорта заключаются в независимости от погодных условий, сравнительно невысокой стоимость проезда, возможности пользоваться при перемещении спальными местами, удобном расположении железнодорожных вокзалов. Недостатки: более продолжительное время передвижения в сравнении с авиацией — это проблема для стран с большой территорией. Но при этом скоростные поезда успешно конкурируют с авиацией, так как пассажир экономит время на пути в аэропорт, регистрации, ожидании посадки и возможных задержках вылета. Например, многие пассажиры признали тот факт, что путь между Москвой и Санкт-Петербургом удобнее и иногда быстрее преодолевать на поезде «Сапсан», чем на самолете. Но, к сожалению, в России это пока единственный скоростной поезд, соединивший две столицы и, с недавнего времени, Нижний Новгород.

Услуги, предоставляемые на железнодорожном транспорте

Основа деятельности железнодорожно-пассажирского транспорта — осуществление международных и внутренних перевозок между городами или регионами, то есть предоставление услуг по перевозке.

По международным правилам услуги спальных вагонов относятся к услугам коллективных средств размещения, а услуги вагонов-ресторанов — к услугам питания.

По договору железнодорожных перевозок дорога обязуется доставить пассажира и его багаж в пункт назначения, предоставив ему место в поезде согласно купленному билету, а пассажир обязуется оплатить стоимость проезда по установленному тарифу.

В стоимость услуг перевозки входят:

— право проехать на определенное расстояние по тарифу перевозки;

— право пользования инфраструктурой железной дороги;

— стоимость плацкарта (право пассажира на спальное место в вагонах различного класса);

— плата за страховку при возникновении в пути следования несчастного случая;

— комиссионный сбор за услуги по предварительной продаже билетов.

Дополнительные услуги (питание, напитки, постельное белье) предоставляются за отдельную плату.

Качество обслуживания на железнодорожном транспорте и соответственно стоимость проезда зависят от вида поезда (почтовый, пассажирский, скорый, фирменный) и класса размещения (в общем вагоне, плацкартном, жестком, мягком, а также в спальном вагоне прямого сообщения 1-го класса).

Самые дешевые места — сидячие. Такие вагоны есть в поездах, преодолевающих небольшие расстояния. На втором месте по стоимости — плацкартные места. В фирменных поездах они стоят дороже, чем в скорых и пассажирских. В одном вагоне размещается 54 человека. Далее по стоимости и комфортности идут купейные вагоны. Купе в фирменных поездах также стоят дороже, чем в скорых и пассажирских. В вагоне размещается 36 пассажиров в 9 купе, в каждом из которых 4 пассажира. Ну и самые комфортные и дорогие по стоимости места — в вагонах СВ, в которых всего 9 купе по два места в каждом.

Также в каждом поезде обязательно есть места для пассажиров с ограниченными возможностями. Это просторные купе, обычно они располагаются в т.н. «штабном» вагоне, в котором расположено купе начальника поезда и два–три обычных купе.

Особый вид поезда — ***туристский поезд*** — он предназначен для передвижения туристов по определенному маршруту с остановками в соответствии с планом туристского путешествия. В этом случае в вагоне размещены правила для туристов, доска объявлений и оперативной информацией, расписание движения по маршруту, план туристско-экскурсионных мероприятий, график питания, меню, распорядок дня для туристов. Туристские поезда были очень популярны в эпоху СССР, Например, на маршрутах к городам-героям, по Транссибирский магистрали. Сегодня туристические поезда или только вагоны в составе обычных поездов также отправляются в разные уголки страны. Зимой, например, популярен такой маршрут из Санкт-Петербурга в Великий Устюг, в гости к деду Морозу.

Покупка билета на поезд для индивидуальных путешественников не составляет труда. В век информационных технологий электронный билет легко можно купить на сайте РЖД. При необходимости к электронному билету на вокзале можно получить бумажный билет и посадочный талон. Это необходимо, как правило, для бухгалтерии для оформления отчета о командировке, когда электронного билета недо-

статочно. Также на вокзалах круглосуточно работают обычные кассы. Для туристских фирм, которые занимаются групповым туризмом, предусмотрено заключение специального договора с РЖД на оформление групповых заявок. В этом случае через коллективную кассу на группу пассажиров оформляется единый билет на имя старшего группы, который вместе со списком пассажиров служит основанием для посадки на поезд.

Автомобильный транспорт

Автомобильный транспорт в структуре глобальной транспортной системы преобладает, составляя около 86 %.

Автомобильный парк России составляют более 32 млн легковых и 5 млн грузовых единиц, а также примерно 900 тысяч автобусов.[1]

Достоинства автомобильного транспорта очевидны. Это прежде всего его мобильность, доступность, сравнительно невысокие тарифы, возможность транспортировки багажа, возможность остановок по пути следования, широкий обзор. К недостаткам можно отнести и невысокую вместимость, загрязнение окружающей среды двигателями внутреннего сгорания, невысокий уровень комфорта при длительных путешествиях, повышенную опасность на дорогах.

Если говорить об использовании автомобильного транспорта в туризме, то это:

— автобусные перевозки — трансферы, автобусные экскурсии, многодневные автобусные туры;

— такси — трансферы и экскурсии для индивидуальных туристов;

— аренда автомобиля с водителем или без водителя.

Трансфер (в туризме) — поездка в автомобиле (индивидуальный трансфер) или автобусе (групповой трансфер), когда водитель или представитель компании встречает пассажира в аэропорту (на вокзале), а затем доставляет в гостиницу, или наоборот. Также может быть трансфер из гостиницы в театр и другие места, согласно программе пребывания туристов.

Как правило, автотранспортные предприятия дают фиксированную стоимость трансферов на вокзалы и в аэропорты, тогда как все

[1] По данным http://fb.ru/article/356735/transportnaya-sistema---eto-chto-takoe-razvitie-transportnoy-sistemyi-rossii

остальные поездки тарифицируются за час эксплуатации, но минимум на три часа плюс час подачи.

Туристские автомобильные перевозки осуществляются в основном ***автобусом*** (78%). Автобусы обладают высокой маневренностью и мобильностью. По назначению автобусы делятся на:

— междугородние;
— туристические;
— пригородные;
— городские;
— почтовые;
— грузопассажирские;
— школьные и др.

По числу мест автобусы бывают:

— особо малой вместимости — микроавтобусы с числом мест 9–11;
— малой вместимости — с числом мест 21–26;
— средней вместимости — с числом мест 33–34;
— большой вместимости — с числом мест 41–45;
— особо большой вместимости — число мест может достигать от 54–56 до 80.

Автобусы также классифицируются по длине, конструкции (переднемоторные, заднемоторные) и компоновке (двухэтажные, сочлененные) и другим признакам.

В индустрии туризма и гостеприимства чаще используются туристические автобусы. Обычно это автобусы с комфортными регулируемыми креслами, климат-контролем, туалетом, микрофоном, хорошим обзором, мягким ходом.

Согласно международной классификации туристические автобусы сертифицируются по категориям (числу звезд). Туристический автобус категории «три звезды» — это обычный автобус с туалетом и кондиционером. Автобус «четыре звезды» помимо этого оснащен телевизором, видеосистемой, телефоном и мини-кухней. Пятизвездный автобус располагает спальными местами. Лучшим автобусным парком в Европе обладают Германия, далее Польша, Венгрия, Чехия.

Автобусные экскурсионные туры по России и Европе пользуются большой популярностью. Они позволяют посмотреть много интересных мест и при этом экономичны. Их продолжительность составляет в среднем от 2-х дней до 2-х недель. Отправление автобуса может быть

как от родного города, так и от более близкого к крайней точке маршрута, куда туристы могут доехать поездом или самолетом.

В 2009 г. Транспортной комиссией Российского Союза Туриндустрии были разработаны «Правила предоставления услуг по организации, реализации и осуществлению автобусных туров», где описан порядок использования автобусов. Автобусы должны быть туристического класса, технически исправны и эксплуатироваться в соответствии с «Международными правилами труда и отдыха водителей».

Протяженность ежедневного автопробега зависит от того, один или два водителя участвуют в туре. Режим работы водителя фиксируется тахографом. Это контрольное устройство для непрерывной регистрации пройденного пути и скорости движения, времени работы и отдыха водителя. Записи тахографа в любое время в любой точке маршрута могут быть проверены полицией или иными контролирующими органами.

Для одного водителя максимальное время вождения составляет 4 ½ часа, после чего необходимо делать перерыв не менее чем на 45 минут. Разрешенное ежедневное время вождения составляет 9 часов. Два раза в неделю это время можно продлить до 10 часов. Общее время вождения в неделю не должно превышать 56 часов, в две последовательные недели — 90 часов. Поэтому для продолжительных автобусных туров — 1 неделя и более — необходимо привлекать двух водителей. Тем более если программой тура запланированы ночные переезды — передвижение группы в ночное время без предоставления отеля.

Аренда автомобиля популярна среди индивидуальных туристов, которые путешествуют самостоятельно.

Автомобиль можно арендовать в специальных агентствах, расположенных в местах прибытия туристов (аэропорты, вокзалы и другие), через интернет или в отеле через службу консьержей или клиентскую службу. Для этого у отеля заключен договор с автотранспортными предприятиями.

Клиент может выбрать автомобиль любой марки и размера или арендовать автомобиль с водителем. Обычно автомобиль предоставляется с полным баком топлива, в полной исправности, с кондиционером, автоматической коробкой передач, радиоприемником с магнитофоном, зеркалами дневного и ночного видения, системами безопасности, системой дорожной навигации. Автомобиль в обяза-

тельном порядке застрахован. При необходимости, его можно арендовать в одном городе, а вернуть в другом, если компания располагает широкой сетью офисов.

Водный транспорт

Водный транспорт — это речной и морской виды транспорта. В России путешествия по воде издревле были очень распространены. С эпохи Киевской Руси именно реки были основными дорогами, так как специально вымощенных дорог почти не было, зато речная система на территории Восточно-Европейской равнины очень разветвленная.

Что касается моря, то Россия вплоть до XVIII века, завоеваний Петра I и Екатерины II, морской державой не считалась, так как страну омывали холодные моря, малопригодные для судоходства. Теперь омывающие страну Черное и Балтийское моря, а так же реки и другие водоемы, открыли широкие перспективы с точки зрения водных путешествий.

Внутренний водный транспорт (речной) — вид транспорта, осуществляющий перевозки грузов и пассажиров по внутренним естественным (реки, озера) и искусственным (каналы, водохранилища и шлюзованные участки рек) водным путям.

Несмотря на большую протяженность в России внутренних водных путей — 84 тыс. км, в том числе 47 тыс. км с гарантированными глубинами — речной транспорт сегодня не играет существенной роли по ряду причин:

— большая часть крупных судоходных рек России расположена в суровых, малоосвоенных районах с немногочисленным населением;

— большинство судоходных рек зимой замерзают, поэтому речное судоходство носит сезонный характер;

— направление течения большинства рек не совпадает с географией преобладающих в стране грузовых и транспортных потоков (основные реки России текут в меридиональном направлении, а преобладающие грузопотоки направлены с востока на запад);

— в стране мало крупных, современных каналов и других гидротехнических сооружений, объединяющих различные речные бассейны в единую водную систему.

По указанным причинам в России совсем незначительны масштабы развития пассажирского речного транспорта, где преобладали бы

круизные рейсы. Часть пассажирских судов используется в качестве плавучих гостиниц. Также речные и морские суда могут использоваться для трансферов. В основном же трансферы обеспечиваются паромами.

Основной туристский продукт, связанный с передвижениями по воде, это круиз.

Круиз — вид туристского продукта, включающий передвижение по воде по определенному маршруту, проживание в комфортабельных каютах, питание на борту судна, развлекательные программы.

Мода на круизы и индустрия этого вида туризма начала развиваться в 1970-х гг. С 1980-го по 1990-е годы на строительство кораблей для круизов было потрачено более трех миллиардов долларов, что удвоило мировой флот круизных кораблей. За этот же период число туристов увеличилось примерно втрое.

В 1950-х гг. американец Боб Диккенс разработал концепцию круизного отдыха, предусматривавшую целую индустрию развлечений на теплоходах: концертные залы, бассейны, бары, рестораны, тренажерные залы, площадки для гольфа, теннисные корты. Круиз сегодня — это уникальный, максимально насыщенный туристский продукт.

Современное состояние морского круизного отдыха характеризуется снижением среднего возраста пассажиров круизов и увеличением спроса на краткосрочные круизы. Также на современном этапе развития туриндустрии круизный отдых является основным конкурентом для курортов на суше. При строительстве новых круизных судов все большее внимание обращается на удобство размещения пассажиров и сохранение окружающей среды, создаются условия для широкого выбора развлечений и возможностей для занятий спортом.

Современные круизные лайнеры предлагают широкий спектр магазинов и бутиков, центров отдыха и оздоровления, фотоотделов и художественных аукционов. Каютный сервис дополняется интерактивными мультимедиа и телевидением, богатым мини-баром, личными услугами. Растут также предложения казино, экстремальных видов спорта, различных семинаров, тематических вечеров и т. д. [1]

Круизные туристы называют такие преимущества этого вида отдыха: возможность побывать в нескольких разных местах (56%); воз-

[1] Хорева Л.В., Исаева О.Л. Перспективы развития услуг паромного туризма в Санкт-Петербурге. // Экономика и управление народным хозяйством. Экономические науки. — 2016. — № 5. — С. 69–73.

можность доставить себе удовольствие (44%); отличное качество ресторанов (51%); способность увести от повседневной жизни (44 %).[1]

Таблица 4

Динамика числа пассажиров круизных маршрутов — 2004–2016 гг.

Регион	2004	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 (прогноз CLIA)
США	9,14	10,4	11,0	11,44	11,64	11,82	12,16	12,9	13,5
Европа (включая РФ)	2,8	5,04	5,67	6,15	6,23	6,39	6,39	6,6	7,0
Остальной мир (Средняя Азия, Автралия и др.)	1,13	2,15	2,40	2,91	3,03	3,09	3,49	4,0	4,7
Общее кол-во пассажиров	13,07	17,59	19,07	20,49	20,9	21,3	22,04	23,5	25,2

Лидером морского круизного отдыха в России является Санкт-Петербург, расположенный на Балтийском море. В 2010 г. полностью было завершено строительство морского пассажирского порта «Морской фасад». Это первый и единственный в России специализированный пассажирский порт. Именно он сделал Санкт-Петербург одним из самых привлекательных центров международного круизного туризма. В навигацию 2016 г. город принял 456,4 тыс. туристов — пассажиров морских круизных судов (более 90% круизных туристов).

Способствует росту числа круизных туристов возможность безвизового пребывания в порту прибытия в течение 72 часов.

Речные круизы

Речной круиз представляет собой перевозку туристов на речном судне по реке или озерно-речной системе из одного пункта в другой. Речной круиз так же, как и морской, сочетает перевозку с питанием, размещением, развлечениями и временем на берегу. Дополнительное же преимущество речного круизного отдыха заключается в возможностях осматривать речные берега во время следования, тогда как на морских круизах бывают дни, проведенные на море без каких-либо достопримечательностей.

[1] Демьянченко А.Г. Мировые тенденции и перспективы развития круизного бизнеса. // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2012. — № 3 (19). — С. 22–27.

Таблица 5

Число круизных пассажиров, прибывших в Санкт-Петербург (тыс. чел.)

Год	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Количество иностранных туристов, прибывших в Санкт-Петербург на морских судах и паромах тыс. чел.	300	306	299	396	428	454	456,5	452,2	514,7	502,4	504,7	487,6
из них через Пассажирский порт Санкт-Петербург					247	372	527	422	503	483	492	456

Источник: Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга https://www.gov.spb.ru/helper/culture/sea/

В России речные круизы развиты достаточно хорошо. Среди самых популярных маршрутов можно назвать короткие и длинные маршруты по Волге. Самые длинные маршруты — от Санкт-Петербурга или Москвы до Астрахани. Популярны круизы на о. Валаам и о. Кижи из Москвы, Санкт-Петербурга, Петрозаводска.

Паромное сообщение

Паром — плавательное средство, используемое для перевозки пассажиров и транспортных средств между двумя берегами водной преграды — реки, озера, пролива, моря.

Почти все города, расположенные в дельтах рек, протоков или на островных территориях, имеют паромное сообщение. Современные паромы дают возможность сочетать перевозку грузов и отдых для туристов, особенно при международном паромном сообщении.

Паромы различаются по назначению, и соответственно, конструкции — железнодорожные, автомобильные, автомобильно-пассажирские, пассажирские и смешанных типов.

Наилучшим паромным сообщением обладают Балтийское и Северное моря. Незамерзающее водное пространство Балтийского моря позволяет осуществлять круглогодичное регулярное паромное сообщение между Финляндией, Швецией, Германией, Эстонией, Латвией и Литвой.

На паромах для пассажиров, путешествующих на дальние расстояния, предусмотрены каюты различных классов. На судах на короткие расстояния предусмотрены открытые и крытые палубные пространства.

У жителей Санкт-Петербурга популярны круизы на паромах от компании ST.PETER LINE от международного паромного оператора MOBY SPL, который был основан осенью 2016 г. в результате слияния компании ST.PETER LINE и крупнейшего итальянского паромного оператора Moby S.p.A. С апреля 2017 г. компания предлагает регулярные круизы по маршрутам: «Санкт-Петербург — Хельсинки — Таллин — Стокгольм — Хельсинки — Санкт-Петербург» и «Санкт-Петербург — Хельсинки — Санкт-Петербург».

Яхтинг — это речные или морские прогулки на небольшом судне; он относится к активному виду отдыха.

Когда-то для таких прогулок использовались парусные яхты, управлять которыми было достаточно сложно. Сегодня это могут быть

парусные, парусно-моторные и моторные прогулочные или спортивные суда. Яхтинг может быть туристический, спортивный и профессиональный.

Яхтинг в России относится к элитному виду развлечений, так как достаточно дорого стоит как само судно (особенно если это судно, предназначенное для плавания в открытом море), так и его содержание и обслуживание: портовые сборы, стоянка, топливо, аренда экипажа, навигационное оборудование и др. Многие российские яхтсмены покупают яхты под иностранными флагами и обслуживают их в иностранных портах, что обходится гораздо дешевле.

Есть ряд условий для развития яхтинга: теплый климат — яхтенный туризм как увлечение и как бизнес хорошо развит в теплых регионах, где прогулки по морю на небольшие расстояния чрезвычайно популярны в любое время года. Самые популярные места яхтенного туризма и спорта: Хорватия, Греция и Турция, Испания и Италия, Франция, Мальдивы, Малайзия и Карибские острова, Таиланд и другие страны.

Следующее условие: наличие большого числа оборудованных мест стоянок, т.н. марин, и необходимость преодоления пограничных барьеров при передвижении за пределы территориальных вод России. В России очень мало прибрежных вод, пригодных для круглогодичной навигации.

Российские порты, в частности Санкт-Петербург, могли бы стать популярным направлением для яхтинга, но, к сожалению, пока это мало возможно. Большая часть существующих объектов инфраструктуры маломерного флота не соответствует мировым стандартам по уровню предоставляемых услуг, а часть не действует или используется не по назначению. Необходимо строительство марин на расстоянии дневного перехода яхты, а для этого нужны существенные капиталовложения, а также достаточно протяженная береговая линия, пригодная для этих целей.[1]

Инфраструктурные проблемы не единственные. Главное — отсутствие в России полного и единого законодательства, регулирующего яхтинг. Например, в соответствии с п.1 ст.23 Кодекса внутреннего водного транспорта РФ плавание судов по внутренним водным путям допускается только под российским государственным флагом. Поэто-

[1] Рублева А. Почему Петербург не становится мировым центром яхтинга. // Деловой Петербург. — 2010. — 27 апреля.

му иностранные суда могут находиться только в морских портах, не заходя во внутренние воды, а значит, не имея возможности изучить Россию изнутри. Очень сложны пограничные формальности для маломерных судов. Ожидание разрешения на вход в порт может длиться сутками, несмотря на то, что на маломерном судне ограничен запас топлива и воды.[1]

Яхтинг мог бы стать хорошим бизнесом для российских предпринимателей, так как яхтенная инфраструктура — это не только причалы, но и предприятия размещения, питания, отдыха и развлечений, туризма и экскурсий. Сейчас ежегодное число яхтенных туристов в Греции составляет порядка 2 500 тыс. человек, во Франции — 1 200 тыс., в Италии — 700 тыс., в Швеции — 120 тыс., в Финляндии — 30 тыс., в Эстонии — 20 тыс. человек. При этом Петербург как центр яхтенного туризма в России посещают всего 60 человек в год.[2]

Вопросы для самоконтроля

1. Сущность понятий «транспорт» и «транспортная система»
2. Классификация средств транспорта
3. Виды транспорта, используемые в туризме
4. Особенности использования в туризме авиационного транспорта
5. Особенности использования в туризме железнодорожного транспорта
6. Автомобильный транспорт в системе туризма и гостеприимства
7. Водный транспорт — классификация и особенности
8. Особенности круизного отдыха
9. Яхтинг — особенности, проблемы и перспективы развития

Тема 7. Общая характеристика индустрии досуга

Еще одно важное направление развития гостеприимства — **индустрия отдыха и досуга**. Путешественники во время поездки стараются, как правило, разнообразно проводить досуг. Предприятия размещения и питания предлагают своим гостям различные варианты организации

---

[1] Алексеева А. «В Черное море выходишь — оно мертвое» — что нужно российскому яхтингу для развития. // Газета.ру. — 09.07.2015. — Электронный ресурс. Режим доступа: https://www.gazeta.ru/social/2015/07/08/7630653.shtml

[2] Фельдман О. Яхтинг без границ. // Строительный Еженедельник. — № 25 (662) от 06.07.2015. Электронный ресурс. Режим доступа: https://asninfo.ru/magazines/html-version/662-spb/14827-yakhting-bez-granits

досуга как на своих площадках, так и вне их. Досуговые услуги являются для этих предприятий дополнительным способом заработка. Предприятия туризма, формируя программу тура, включают в него услуги по организации отдыха и развлечений как главных элементов досуга.

Досуг — свободное время (досуг) — обычно обозначают как период времени, когда человек, не имея обязательных дел (работа, домашние дела, учеба, еда, сон и т. д.), предоставлен самому себе в выборе занятий.

Индустрия досуга — направление бизнеса, цель которого — предоставить потребителям разнообразные способы / формы проведения свободного времени.

Эти способы могут быть направлены как на рекреацию, то есть на восстановление физических и духовных сил организма, так и на развлечения, которые могут отбирать у человека массу духовных и физических сил. Но развлечения тем не менее тоже можно отнести к сфере рекреации, так как люди развлекаются в свободное от труда время, а смена занятия является видом отдыха.

Развлечение — это активная деятельность, в результате которой человек испытывает удовольствие. Индустрия развлечения — часть индустрии досуга, сфера предпринимательства, специализирующаяся на рынке услуг, связанных с эмоционально насыщенным отдыхом гостей. К предприятиям этой сферы относят аттракционы, казино, тематические парки, ночные клубы, кинотеатры, развлекательные центры, эстрадные концерты, конные забеги и др.

Рекреация — отдых, восстановление сил после труда, система мероприятий, направленных на восстановление сил и возможностей человека.

Выделяют несколько видов рекреации, в частности лечебно-оздоровительную, познавательную, спортивную. Туризм также может считаться одним из видов рекреации. Соответственно рекреационные ресурсы — это природные, социальные и культурные объекты, способствующие восстановлению физических и духовных сил человека. Почти то же самое — туристские ресурсы — природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил.[1]

[1] ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Существует понятие «туристско-рекреационная деятельность». Она состоит, соответственно, из деятельности туристской и рекреационной. Под туристской деятельностью понимают активность, связанную с организацией турпоездок, под рекреационной — активность по использованию рекреационных ресурсов с целью оздоровления человека.

В современном мире существует огромное число разнонаправленных предприятий, специализирующихся на организации досуга человека. Это театры, музеи, кинотеатры, выставочные комплексы, спортивные центры, оздоровительные центры, цирки, зоопарки, парки аттракционов и многое другое.

Объекты досуговой деятельности:

— естественные природные ресурсы: климат, пляжи, горы и т. п.;

— историко-культурные достопримечательности (музеи, театры, исторические памятники, др.);

— рекреационные пространства: национальные парки, заповедники, горнолыжные курорты;

— события современной культурной жизни: коммерческие шоу — карнавалы, спортивные мероприятия, массовые зрелища, олимпиады, кинофестивали и т. п.;

— тематические парки;

— игорный бизнес: казино, тотализатор, бега;

— клубный отдых;

По мнению исследователей, пространство индустрии досуга включает в себя (или присоединяет к себе) следующие виды индустрий[1]:

- индустрия отдыха,
- индустрия развлечений,
- индустрия праздника,
- шоу-индустрия,
- анимационная индустрия,
- индустрия семейного досуга,
- индустрия детского отдыха и досуга,
- игровая индустрия,
- компьютерная индустрия,
- творческая индустрия,

[1] Секретова Л.В. Исследование современных проблем развития индустрии досуга в России. // Человек и общество в нестабильном мире: Материалы международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Г.И. Тюменцева. — Омск: Омская юридическая академия, 2015. — С. 122–126.

- музыкальная индустрия,
- индустрия танца,
- индустрия кино,
- звукозаписывающая индустрия,
- индустрия туризма,
- корпоративная трэвел-индустрия (corporate travel industry),
- MICE-индустрия (индустрия встреч),
- event-индустрия,
- гостиничная индустрия,
- индустрия гостеприимства,
- индустрия услуг,
- банная индустрия,
- индустрия красоты,
- индустрия моды (фэшн-индустрия),
- индустрия знакомств,
- индустрия интимного досуга (sex-индустрия),
- индустрия спорта,
- индустрия экстремального спорта,
- горнолыжная индустрия,
- индустрия океаническая,
- индустрия рыболовства,
- фитнес-индустрия,
- wellness-индустрия,
- индустрия здоровья,
- индустрия здорового образа жизни,
- индустрия быстрого питания,
- индустрия кафе,
- торгово-досуговая индустрия и др.

Среди наиболее крупных и четко оформленных сегментов отечественной индустрии досуга в части развлечений можно выделить следующие:

— сегмент кинопоказа («КАРО-Фильм», «Киномакс», «Формула Кино», «Синема-Парк», «Кронверк синема»);

— сегмент игровых развлечений, основанных на использовании автоматов и симуляторов (Star Galaxy, Game Zona, Crazy Park, Igromax);

— игорный бизнес (Ritzio Entertainment Group, «Джекпот», Storm International, «РиО»);

— боулинг («Планета Боулинг», «Космик», «Боулинг Сити»);

— тематические парки («Диво-Остров», «Атрилэнд», парк «Адмирал Врунгель»);

— развлечения в сети Интернет — по данным 2017 г. этот рынок занимает 29% российского рынка развлечений и СМИ.[1]

— виртуальная реальность и киберспорт;

— видеоигры.[2]

К основным тенденциям развития индустрии развлечений можно отнести следующее:

• глобализацию и укрупнение объектов индустрии развлечений;

• интеграцию развлечений и других направлений деятельности: развлечений с торговлей, учебой, спортом, индустрией красоты и здоровья;

• виртуализацию индустрии развлечений: в 2016 г. киберспорт был официально признан в России видом спорта, прошел турнир по Counter-Strike с призовым фондом в 500 тыс. долл., а в мае 2017 г. в Москве была открыта первая официальная киберспортивная площадка — Yota Arena.

Изучение всех направлений досуговой деятельности не входит в задачи данного пособия. Рассмотрим те из них, которые наиболее тесно взаимодействуют с индустрией гостеприимства.

Особенности туризма

Большинство исследователей рассматривают туризм как форму досуга, а индустрию туризма как сферу бизнеса, самым тесным образом взаимодействующую с индустрией гостеприимства, отправляя клиентов в гостиницы, рестораны, организуя трансферы с помощью услуг транспортных предприятий и др.

Во многом благодаря туристской деятельности, туристы находят гостиницы и другие предприятия сферы услуг, а те, в свою очередь, находят своих клиентов.

Индустрия туризма, объединяющая деятельность турфирм, гостиниц, предприятий питания и торговли, строительства туристских объектов, транспорта, учебных заведений по подготовке кадров и т. п., в настоящее время является одной из крупнейших, высокоэффектив-

---

[1] Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2017–2021 годы. Ключевые тенденции мирового и российского рынков. Электронный ресурс. Режим доступа: https://www.pwc.ru/ru/assets/media-outlook-2017-rus.pdf

[2] Стальная В.А. Экономика «впечатлений»: особенности становления и проблемы развития отечественной индустрии развлечений. // Проблемы современной экономики. — 2009. — № 1. — С. 401–403.

ных, высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мировой экономики, выступающей на одно из первых мест по масштабности и обороту денежных потоков.[1] По данным Всемирной туристской организации (ВТО) на сегодняшний день на долю туризма приходится около 11% мирового валового продукта, до 30% торговли и почти 10% мировых капиталовложений. Согласно прогнозу (ВТО) к 2020 г. в мире ежегодно будут путешествовать до 1,5 млрд. человек, при этом доходы от туризма могут составить примерно 2 трлн. долларов США. Число рабочих мест в туристской индустрии приближается к 200 млн. человек или 8% от общего показателя занятости в мире.[2]

Популярность туризма объясняется его многочисленными функциями:

— рекреационная функция — освобождение человека от чувства усталости путем контрастной смены обстановки и вида деятельности;

— развивающая функция — предоставление возможностей для развития личности;

— развлекательная — предоставление в рамках тура услуг различных развлекательных комплексов;

— экономическая функция проявляется через деятельность предприятий туризма и предприятий индустрии гостеприимства, которые обслуживают потребности туристов; для многих регионов туризм является основной формой заработка;

— социальная функция туризма тесно связана с предыдущей: за счет туризма растут занятость, доходы населения, уровень жизни и другие факторы, обеспечивающие благополучие общества.

Туризм — временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее: лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

---

[1] Квартальнов В.А. Туризм: история и современность: Избр. произведения. В 4 т. — Т. 1. Кн. первая: Туризм феномен XX века; кн. вторая: Социальный туризм; кн. третья: Иностранный туризм. — М.: Финансы и статистика, 2002.

[2] Костин К.Б. Развитие международного туризма посредством технологий дополненной реальности. // Проблемы современной экономики. — 2018. — № 1. — С. 174–177.

Туристско-экскурсионное дело в России на современном этапе регулируют следующие основные **нормативные документы**.

Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ **«Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»** (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018) является главным законом, регулирующим деятельность в сфере туризма в Российской Федерации. В законе определены принципы государственной политики, направленной на установление основ единого туристского рынка в России. Закон регулирует порядок реализации гражданами России и других стран своего права на путешествия, а также порядок использования туристских ресурсов России. В законе говорится, что организации, предоставляющие экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков наряду с другими организациями являются частью туриндустрии. Экскурсионные услуги входят в тур вместе с услугами по размещению, перевозке, питанию и другими в зависимости от целей тура.

Федеральный закон от 15.08.1996 № 114-ФЗ **«О порядке выезда из РФ и въезда в РФ»** (ред. от 29.07.17) определяет порядок пересечения границ государства, необходимые для этого документы и правила их оформления.

В ГОСТ Р 53522–2009 **«Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения»** даны некоторые базовые понятия экскурсионной деятельности, показана сущность и структура экскурсионной услуги, варианты классификации экскурсий.

ГОСТ Р 54604–2011 **«Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования»**. В этом документе сформулированы определения понятий «экскурсия», «экскурсионная услуга», «экскурсант», «экскурсовод/гид», «экскурсионные объекты», «маршрут экскурсии», «технологическая карта экскурсии», «качество экскурсионных услуг», которые являются базовыми для теории и практики экскурсионного дела.

ГОСТ Р 50681–2010 **«Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»** устанавливает порядок и правила проектирования туристских услуг.

В ГОСТ 32611–2014 **«Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов»** сформулированы основные правила по обеспечению безопасности жизни, здоровья, имущества туристов при совершении путешествий.

Цели туризма:

- досуг, рекреация/отдых (около 50% всех поездок);
- деловые и профессиональные цели;

- посещение знакомых и родственников;
- лечение;
- религиозные и паломнические;
- прочие цели (транзит и др.)

Существуют два типа туристских организаций, т.н. туроператоры и турагенты. *Туроператоры* — это, как правило, более крупные компании, они занимаются комплектованием и продвижением туристского продукта, заключают договоры с поставщиками услуг, их ответственность перед покупателями застрахована. *Турагент* — небольшая организация или индивидуальный предприниматель, занимающийся только продвижением и реализацией готового туристского продукта по договору с туроператорской компанией.

Туристский продукт — комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.[1]

В теории туризма принято классифицировать туризм следующим образом. По направлению поездок туризм бывает внутренний, въездной, выездной, международный, национальный. Международный туризм — это совокупность деятельности в области международных поездок, а национальный — в области поездок по стране.

По способу организации различают туризм организованный и самодеятельный. Благодаря интернет-технологиям самодеятельный туризм становится чрезвычайно популярным в современном мире.

По источникам финансирования можно выделить социальный туризм и коммерческий. В первом случае поездки частично или полностью финансируются за счет средств федерального бюджета, выделяемых на социальные нужды.

По целям поездок выделяют культурно-познавательный, оздоровительный, спортивный, деловой, паломнический, религиозный, приключенческий, научный, экологический, экзотический и другие виды туризма.[2]

Участники туризма — это туристские организации и туристы.

В соответствии с Федеральным законом ***турист —*** это лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоро-

---

[1] ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».

[2] Квартальнов В.А. Туризм: история и современность: Избр. произведения. В 4 т. — М.: Финансы и статистика, 2002.

вительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

Другой участник туристских отношений — это экскурсант. В отличие от туристов это те, кто путешествуют менее 24 часов без ночевок в месте пребывания.

Особенности экскурсионной деятельности

Экскурсии зародились на основе поездок познавательного, образовательного, научного характера.

Экскурсия — это осмотр достопримечательностей на местности с помощью экскурсовода, включающий показ, рассказ и передвижение от объекта к объекту. Продолжительность экскурсии — не более 24 часов.

Экскурсионная программа всегда входила и входит в туризм. Но экскурсия может существовать и без туризма. Экскурсия — это процесс познания окружающей действительности, а значит, интеллектуальный труд.

Экскурсия — это не только методически продуманный показ достопримечательных мест, памятников истории и культуры, в основе которого лежит анализ находящихся перед глазами экскурсантов объектов, а также умелый рассказ о событиях, связанных с ними. По мнению Б.Е. Емельянова, «экскурсия — это сумма знаний, в специфической форме сообщаемых группе людей, и определенная система действий по их передаче».[1]

Выделяют шесть основных признаков экскурсии:

1. Наличие экскурсантов;

2. Наличие квалифицированного экскурсовода, проводящего экскурсию;

3. Протяженность экскурсии во времени (от 45 минут до 24 часов);

4. Протяженность экскурсии в пространстве — движение участников экскурсии по заранее составленному маршруту;

5. Показ экскурсионных объектов на месте их естественного или искусственного (в музее, на выставке) расположения;

---

[1] Емельянов Б.В. Экскурсоведение: учебник по туристским специальностям. / Б.В. Емельянов; Рос. междунар. акад. туризма. — М.: Советский спорт, 2007.

6. Целенаправленность проведения экскурсии (наличие темы, в процессе раскрытия которой решаются задачи экскурсии).

Основными элементами экскурсии являются *показ, рассказ и движение*. Показ играет главную роль в экскурсии, без показа экскурсия может превратиться в лекцию. В основе экскурсии лежит принцип — от объекта к объекту, от показа к показу. Рассказ, как правило, вторичен по отношению к показу, соотношение показа и рассказа зависит от темы, а от правильности этого соотношения зависит уровень экскурсии и ее эффективность. Движение — обязательная часть любой экскурсии. Передвижение происходит от объекта к объекту. Оно может быть пешим или на транспорте — автобусе, теплоходе, поезде, троллейбусе, других видах транспорта.

Виды экскурсий. Сегодня наиболее универсальной является классификация экскурсий по содержанию, по составу участников, по месту проведения, по способу передвижения, по продолжительности, по форме проведения.

По содержанию экскурсии делятся на 1) обзорные (многоплановые, политематические) и 2) тематические.

Обзорные экскурсии позволяют за короткое время получить общее и цельное представление об объекте. Обзорная экскурсия по городу строится на показе разновременных объектов города — памятников истории и культуры, зданий и сооружений, мест знаменательных событий, природных объектов. Рассказ о городе ведется со времени возникновения до настоящего времени. Существуют обзорные экскурсии по какому-либо крупному музею, в Санкт-Петербурге, например, по Эрмитажу, Русскому музею, Музею антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамере).

Тематические экскурсии посвящены раскрытию одной темы. Тематические экскурсии подразделяются на шесть групп:

1. Исторические: в свою очередь делятся на историко-краеведческие, археологические (с показом вещественных исторических источников, раскопок), этнографические (рассказывают о нравах и обычаях разных народов), военно-исторические (по местам боевой славы), историко-биографические (по местам, связанным с жизнью и деятельностью известных людей), экскурсии в исторические музеи, историко-религиозные.

2. Архитектурно-градостроительные: делятся на экскурсии с показом архитектурного облика данного города (архитектурно-обзор-

ные); экскурсии с показом памятников архитектуры определенного исторического периода; экскурсии, дающие представление о творчестве какого-либо архитектора; экскурсии по архитектурным стилям; экскурсии, знакомящие с планировкой и застройкой городов по генеральным планам; экскурсии, посвященные одному типу построек (дворцам, храмам и т. п.).

3. Искусствоведческие: делятся на историко-театральные; историко-музыкальные; об истории народного художественного творчества; экскурсии по местам жизни деятелей искусства; экскурсии в картинные галереи, выставочные залы, искусствоведческие музеи, в мастерские художников и скульпторов.

4. Литературные: делятся на литературно-биографические (по местам, хранящим память о жизни и творчестве писателей, поэтов, драматургов, литературных критиков); историко-литературные (по отдельному периоду развития литературы); литературно-художественные (по местам, которые послужили местом действия в литературном произведении).

5. Природоведческие: подразделяются на ботанические, зоологические, гидрологические, геологические, экскурсии с показом уникального памятника природы.

6. Производственные (технологические) экскурсии бывают производственно-историческими, производственно-экономическими, производственно-техническими, профессионально-ориентационными (для учащихся), рекламными.[1]

По составу участников экскурсии делятся на: взрослые и детские; для местных и приезжих туристов; для городского и сельского населения; для организованных однородных групп (например, из одного учреждения) и для групп, подобранных случайным образом; на экскурсии для профессионалов и дилетантов. Особый контингент экскурсантов — религиозные паломники, маленькие дети, инвалиды, престарелые, трудные подростки, vip-персоны.

По месту проведения экскурсии делятся на городские, загородные, музейные, производственные, комплексные.

По способу передвижения выделяются, во-первых, пешеходные экскурсии, и экскурсовод сам задает ритм движения (скорость,

[1] Скобельцына А.С., Шарухин А.П. Технологии и организация экскурсионных услуг: Учебник. — 2-е изд. — М.: Юрайт, 2018.

продолжительность переходов и остановок). Протяженность пешеходного маршрута ограничена силами экскурсантов, следовательно, она не может быть слишком длинной, объекты должны находиться недалеко друг от друга. Второй вид — транспортные экскурсии, среди которых наиболее распространены автобусные. Во время автобусных экскурсий происходит показ и анализ экскурсионных объектов на остановках, с обязательным выходом из автобуса, и повествование в пути, чаще всего связанное с характеристикой памятных мест, мимо которых в данный момент проезжают экскурсанты. Внешние факторы, такие как правила дорожного движения, пробки, поломки, могут помешать проведению автобусной экскурсии. В качестве транспорта могут использоваться речные и морские теплоходы, вертолеты, трамваи и троллейбусы, велосипеды и даже гужевой транспорт.

По продолжительности экскурсии делятся следующим образом. Минимальная продолжительность — 45 минут, максимальная — не более 24 часов. Если экскурсионная программа длится в течение суток, то она, как правило, включает прием пищи, санитарные остановки, покупку сувениров, ознакомление с путевой информацией. Рекомендуется округлять расчетное время экскурсии до одного, полутора, двух и т. д. часов с целью удобства планирования всей программы тура.

По форме проведения экскурсии делятся на несколько групп:

1) Экскурсия-массовка — в этом случае экскурсанты одновременно двигаются в нескольких автобусах, проведение экскурсии сочетается с организацией каких-либо культурно-массовых мероприятий.

2) Экскурсии-прогулки обычно проводятся на природоведческие темы — в парк, лес, на реку, по территории заповедника и т. п. На такой экскурсии осмотр сочетается с отдыхом, этим экскурсии-прогулки похожи на экскурсии-массовки.

3) Экскурсии-концерты посвящены музыкальной теме и включают прослушивание музыкального произведения во время движения в автобусе или во время экскурсии в музее. Другой вариант — концерт может предварять экскурсию или завершать ее в том случае, если экскурсия проводится в музыкальном театре или консерватории.

4) Рекламная экскурсия — проводится на предприятии или фирме, ее цель — привлечение клиентов или деловых партнеров. Например, предприятия размещения (гостиницы, хостелы, санатории и др.) регулярно проводят экскурсии для партнеров по бизнесу (например,

представителей турбизнеса), для студентов, обучающихся гостиничному и туристическому делу, а также для гостей отеля, чтобы показать возможности отеля в сфере дополнительных услуг.

5) Экскурсия как форма учебной деятельности подразделяется на экскурсию-урок, экскурсию-демонстрацию, пробную экскурсию (для начинающих экскурсоводов), показательную экскурсию (проводится опытным экскурсоводом для начинающих коллег или с целью продемонстрировать тот или иной методологический прием).

6) Экскурсия-беседа предполагает включение в экскурсию встречу с человеком, чья деятельность имеет отношение к теме экскурсии. Беседой можно начинать экскурсию, а можно заканчивать. Например, если проводится экскурсия по предприятию, то логично начать ее или закончить встречей с кем-либо из руководства. Экскурсия на военную тему может включать встречу с ветераном Великой отечественной войны.

7) Трассовая экскурсии проводится тогда, когда экскурсионный автобус следует по маршруту в определенный пункт, где запланирована экскурсия, а экскурсовод, чтобы скрасить длинный переезд, рассказывает о тех достопримечательностях, которые встречаются слева и справа по ходу движения автобуса. Особенность и сложность трассовых экскурсий заключается в том, что экскурсовод не сам определяет маршрут, а вынужден подстраиваться под стандартную схему проезда.

Итак, существует множество критериев для классификации экскурсий. Однако следует учитывать, что любая классификация условна, типы экскурсий могут не совпадать с указанными, пересекаться и взаимно дополнять друг друга. Также постоянно рождаются новые экскурсии и формы экскурсионной деятельности, которые не попадают в общепринятую классификацию.

Экскурсионные туры являются одним из самых востребованных турпродуктов на рынке туристских услуг. Они включают услуги трансфера, проживание и питания, а также в обязательном порядке экскурсионные услуги на всем протяжении маршрута, одну–две экскурсии в день, не считая трассовых экскурсий. Экскурсовод сопровождает группу постоянно, выполняя функции «гида-сопровождающего», уполномоченного туроператором на проведение экскурсий.

Классификация экскурсионных туров сопоставима с классификацией экскурсий. Экскурсионные туры могут быть обзорными и те-

матическими, пешеходными и транспортными. Конечно, транспортные туры более популярны. В качестве транспорта может использоваться автобус, поезд, велосипед, морской и речной транспорт, гужевой транспорт. Продолжительность тура — от 2 дней.

Большой популярностью пользуются автобусные экскурсионные туры по России и Европе, продолжительностью в среднем от 2 дней до 2 недель. Отправление автобуса может быть как от родного города, так и от более близкого к крайней точке маршрута, куда туристы могут доехать поездом или самолетом.

Взаимодействие предприятий гостеприимства с экскурсионными организациями может принимать разные формы. Во-первых, отели предлагают гостям организацию экскурсий с помощью экскурсионных организаций-партнеров. Эта дополнительная услуга реализуется, как правило, через администраторов или через службу консьержей. За данной услугой обращаются, в первую очередь, индивидуальные туристы, тогда как экскурсионная программа групповых туристов спланирована и заказана заранее. Сотрудники отеля могут быть проинформированы относительно экскурсионной программы гостей, если эта программа требует какого-либо изменения распорядка жизни отеля. Это может быть ранний выезд или поздний заезд, организация сухих пайков для длительной экскурсии, а также питание вне расписания, если это необходимо для соблюдения экскурсионного графика.

Во-вторых, сотрудники отеля регулярно проводят экскурсии по отелю для гостей, для сотрудников родственных предприятий, для партнеров (например, представителей туристских компаний), для студентов, обучающихся по направлению подготовки «гостиничное дело», «туризм», «сервис» и др.

Вопросы для самоконтроля

1. Сущность понятий «досуг», «индустрия досуга», «рекреация»
2. Туризм как форма досуга
3. Туризм как сфера бизнеса
4. Взаимодействие индустрии туризма с индустрией гостеприимства
5. Экскурсии как форма досуговой деятельности и туристская услуга
6. Классификация экскурсий
7. Особенности взаимодействия предприятий индустрии гостеприимства с экскурсионными организациями.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы рассмотрели особенности гостеприимства как свойства человеческой души и свойства культуры, а также особенности бизнеса в области гостеприимства как в далеком прошлом, так и в современном мире.

Сегодня этот бизнес насчитывает тысячи предприятий размещения, питания, туризма и экскурсионной деятельности, отдыха и развлечений, предприятий по организации перевозок, а также смежных отраслей, предоставляющих услуги, необходимые человеку в повседневной жизни, где бы он ни находился — дома или в гостях.

Для ряда регионов мира индустрия гостеприимства — это основной вид экономической деятельности, который приносит доход и региону в целом, и конкретным поставщикам услуг в области гостеприимства, как правило, малым и средним предприятиям. Часто бизнес в этой области становится семейным, его традиции как часть культуры семьи передаются из поколения в поколение.

Молодые люди, выбравшие для себя профессию отельера или ресторатора, должны понимать всю важность и ответственность деятельности в этой области, где результат виден сразу, где потребитель, в отличие от машины или бумаги, сразу выразит недовольство от некачественного обслуживания, но будет безмерно благодарен, если почувствует себя как дома среди людей, проявивших искреннюю заботу о нем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Березовая Л.Г. История туризма и гостеприимства: учебник для академического бакалавриата. — М.: Юрайт, 2019. — 477 с.

2. Вестник индустрии гостеприимства: международный научный сборник. — СПб: Изд-во СПбГЭУ, издается с 2016 г.

3. Отель: журнал гостиничного бизнеса и индустрии гостеприимства. Издается с 1997 г.

4. Современный отель: журнал индустрии гостеприимства. Издается с 2007 г.

5. Тимохина Т.Л. Организация гостиничного дела: учебник для прикладного бакалавриата. / Т. Л. Тимохина. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 331 с.

6. Уокер Д.Р. Введение в гостеприимство: учебное пособие. / Перевод с английского; Джон Р. Уокер. — 4-е изд. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 735 с.

7. Черевичко Т.В. Теоретические основы гостеприимства: Учебное пособие. — М.: Флинта, МПСИ, 2008. — 288 с.

Нормативно-правовые документы

1. ГОСТ 31984–2012. Услуги общественного питания. Общие требования.

2. ГОСТ 31985–2013. Услуги общественного питания. Термины и определения.

3. ГОСТ 32611–2014. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.

4. ГОСТ Р 50646–2012. Услуги населению. Термины и определения.

5. ГОСТ Р 50681–2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг.

6. ГОСТ Р 51185–2014. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования.

7. ГОСТ Р 53423–2009 (ИСО 18513:2003). Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения.

8. ГОСТ Р 54599–2011. Услуги средств размещения. Общие требования к услугам санаториев, пансионатов, центров отдыха.

9. ГОСТ Р 54604–2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования.

10. ГОСТ Р 54606–2011. Услуги малых средств размещения. Общие требования.

11. ГОСТ Р 56184–2014. Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам.

12. ГОСТ Р 56641–2015. Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования.

13. Государственная программа «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015–2020 годы.

14. Межгосударственный стандарт ГОСТ 30389–2013. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания Классификация и общие требования.

15. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденные постановлением от 9 октября 2015 г. № 1085.

16. Правила производства и реализации продукции (услуг) общественного питания, утверждены постановлением Правительства РФ от 13.04.1993 № 332.

17. Профессиональный стандарт «Работник по приему и размещению гостей». Утвержден приказом Минтруда России от 05.09.2017 № 659н.

18. Профессиональный стандарт «Руководитель предприятия питания». Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 07.05.2015 № 281н.

19. Профессиональный стандарт «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц». Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 07.05.2015 № 282н.

20. Трудовой кодекс Российской Федерации.

21. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Дополнительная литература

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник. — 2-е изд. — М.: КНОРУС, 2010.

2. Алексеева А. «В Черное море выходишь — оно мертвое» — что нужно российскому яхтингу для развития. // Газета.ру. — 09.07.2015.

–[Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gazeta.ru/social/2015/07/08/7630653.shtml

3. Амирова З.Б. Инфраструктура туризма и гостеприимства : учебное пособие. — Москва: Московская государственная академия водного транспорта, 2014. — 86 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.znanium.com

4. Барчуков И.С., Башин Ю.Б., Зайцев А.В., Баумгартен Л.В. Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учеб. пособие для вузов. / Под общ. ред. проф. Ю.Б. Башина. — М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2012. — 204 с.

5. Белякова В.А. Теоретические основы гостеприимства: Учебное пособие. — Пенза: Изд-во ПГУ, 2010. — 117 с.

6. Богомолова Е.С., Шаповалова Н.Г. Индустрия гостеприимства: учебное пособие. / Е.С. Богомолова, Н.Г. Шаповалова. — Майкоп: Изд-во МГТУ, 2009. — 246 с.

7. Богомолова Е.С., Шаповалова Н.Г. Индустрия гостеприимства. Учебное пособие. — Майкоп: Изд-во МГТУ, 2009. — 248 с.

8. Большая российская энциклопедия: электронный ресурс. Режим доступа: https://bigenc.ru/

9. Бугорский В.П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства: учебник и практикум для академического бакалавриата. / В.П. Бугорский. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 165 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/8305C85C-5356–43EC-9FDB-91A639FEC801

10. Бутко И.И. Туризм. Транспортные туры и круизы. — М.: Феникс, 2010. — 336 с.

11. Бычков А.И. Индустрия гостеприимства в России. — М.: Инфотропик Медиа, 2017. — 420 с.

12. Вергун Т.В., Гришин Т.В., Холковская И.М. Индустрия досуга и отдыха: современное состояние и перспективы развития: монография. — Ставрополь: Северо-Кавказский социальный институт, 2017. — 205 с.

13. Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2017–2021 годы. Ключевые тенденции мирового и российского рынков. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.pwc.ru/ru/assets/media-outlook-2017-rus.pdf

14. Гайдуков А.В., Скобельцына А.С. Человек и его потребности в гостиничном сервисе: этно-культурные и религиозные особенно-

сти. // Вестник национальной академии туризма. — 2016. — № 3 (39). — С. 24–28.

15. Гостеприимство Северного Кавказа. / Под общ. ред. проф. Г.И. Молчанова. — Пятигорск: РИА-КМВ, 2009. — 700 с.

16. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование [текст]: учебное пособие. / В.А. Романов [и др.]. — 2-е изд. — Ростов-на-Дону: МарТ: Феникс, 2010. — 221 с.

17. Демьянченко А.Г. Мировые тенденции и перспективы развития круизного бизнеса. // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — № 3 (19) 2012. — С. 22–27.

18. Елканова Д.И., Осипов Д.А., Романов В.В., Сорокина Е.В. Основы индустрии гостеприимства: Учебное пособие. — М.: Дашков и К, 2009. — 248 с.

19. Ёхина М.А. Организация обслуживания в гостиницах: учеб. пособие. — М.: Академия, 2008. — 208 с.

20. Зорин И.В., Квартальное В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 368 с.

21. Ильина Е.Л., Козлов Д.А., Лайко М.Ю., Нощенко О.Ю. Введение в индустрию гостеприимства и туризма: учебное пособие. — М.: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова , 2002. — 71 с.

22. История российского туризма: монография. / под общ. ред. Т.И. Власовой. — СПб.: Изд-во Д.А.Р.К., 2009. — 428 с.

23. Караневский П.И. Учебно-методическое пособие по дисциплине «История предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства». — М.: Изд-во РУДН, 2004. — 112 с.

24. Квартальнов В.А. Туризм: история и современность: Избр. произведения: В 4 т. — Т. 1. Кн. первая: Туризм феномен XX века. Кн. вторая: Социальный туризм. Кн. третья: Иностранный туризм. — М.: Финансы и статистика, 2002.

25. Коваленко ТД. Гостеприимство в бизнесе. — Пенза: Изд-во Пензенского гос. университета, 2002. — С.7.

26. Костомаров Н.И. Пища и питье. // Очерк домашней жизни и нравов великорусского народа в XVI и XVII столетии / Н.И. Костомаров. — М., 1992. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.booksite.ru/ancient/reader/human_2_02.htm

27. Кужель Ю.Л. Японские традиционные гостиницы рёкан в культуре страны. М: Книгодел, 2007. — 150 с.

28. Лайко М.Ю., Штыхно Д.А. Мировая индустрия гостеприимства : учебное пособие. / М.Ю. Лайко, Д.А. Штыхно; Федер. агентство по образованию, Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. — М.: Изд-во Российской экономической академии, 2006. — 216 с.

29. Лайко М.Ю., Штыхно Д.А. Мировая индустрия гостеприимства: Учебное пособие. — М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2006. — 217 с.

30. Мичелли Д.А. Ritz-Carlton : золотой стандарт гостиничного бизнеса нового тысячелетия. / Джозеф А. Мичелли; перев. с англ. В.С. Иващенко. — М.: Эксмо, 2009. — 309 с.

31. Монтандон А. Гостеприимство: этнографическая мечта? // Традиционные и современные модели гостеприимства: Материалы российско-французской конференции 7–8 октября 2002 г. — М.: РГГУ, 2004. — С. 9–26.

32. Москва гостеприимная. Вчера и сегодня: В 2 к. — Кн.1. — М.: Виртуальная галерея, 2004. — 448 с.

33. Небуа-Момбе Ж. Русское гостеприимство во французском популярном романе конца XIX века. // Традиционные и современные модели гостеприимства: Материалы российско-французской конференции 7–8 октября 2002 г. — М.: РГГУ, 2004. — С. 243–259.

34. Овчаренко А. Транспортная система — это что такое? Развитие транспортной системы России. // FB. 14.11.2017 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://fb.ru/article/356735/transportnaya-sistema--eto-chto-takoe-razvitie-transportnoy-sistemyi-rossii. Дата обращения. 20.08.2018

35. Оробейко Е.С., Шредер Н.Г. Организация обслуживания: рестораны и бары: Учебное пособие. — М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2006. — 320 с.

36. Основные итоги реализации федеральной целевой программы «Развитие транспортной системы России (2010–2021 годы)» за 2017 год. [Электронный ресурс]. Режим доступа http://www.tvertas.ru/sites/default/files/8._osnovnye_itogi_realizacii_fcp_razvitie_transportnoy_sistemy_rossii.pdf Дата обращения 20.08.2018

37. Основы гостеприимства: Хрестоматия: для студентов специальности «Социально-культурный сервис и туризм». / Сост. и разраб. С.Ю. Каменский; перев. с англ. Е.А. Батюта, Н.Н. Шабалова. — Екатеринбург: Гуманитарный унт, 2010. — 312 с.

38. Очирова Т.Б. Цикличность развития индустрии туризма и гостеприимства: монография. — СПб.: СПбГУСЭ. — 2010. — 140 с.

39. Папирян А.Г. Международные экономические отношения. Экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 208 с.

40. Правовые основания введения дресс-кода. // «Кадровик. ру». — № 12. — 2013. HR-Portal: HR-Сообщество и Публикации. [Электронный ресурс]. Режим доступа http://hr-portal.ru/article/pravovye-osnovaniya-vvedeniya-dress-koda

41. Проблемы истории сервиса: здравоохранение, культура, досуг: сб. статей. — М.: Изд-во МГОУ, 2004. — С. 7–14.

42. Рублева А. Почему Петербург не становится мировым центром яхтинга. // Деловой Петербург. — 2010. — 27 апреля.

43. Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): Учебное пособие. — СПб.: Питер, 2012. — 432 с.

44. Секретова Л.В. Индустрия досуга: социально-культурный аспект. // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. — 2013. — Том 195. — С. 47–55.

45. Секретова Л.В. Исследование современных проблем развития индустрии досуга в России. // Человек и общество в нестабильном мире: Материалы международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Г.И. Тюменцева. — Омск: Омская юридическая академия, 2015. — С. 122–126.

46. Сивчикова Т.Ю., Носова Н.С. Индустрия гостеприимства: Учебное пособие. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. — 272 с.

47. Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве: Учебное пособие. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 192 с.

48. Скобельцына А.С. Общая характеристика Санкт-Петербурга как туристской дестинации. // Актуальные проблемы Санкт-Петербурга как туристской дестинации: сборник материалов конференции / под ред. А.С. Скобельцыной. — СПб.: Университетские образовательные округа, 2015. — С. 3–7.

49. Скобельцына А.С. Религиозные аспекты современного туризма. // Вестник Национальной академии туризма. — 2013. — № 1 (25). — С. 49–52.

50. Скобельцына А.С. Тематические нестандартные экскурсии в современном культурном туризме: особенности подготовки и проведения. // Пути улучшения качества подготовки кадров сферы гостиничного и туристского бизнеса: Материалы V научно-практической конференции фа-

культета туризма и гостиничного хозяйства 27 февраля 2009 г. / Отв. ред. М.А. Морозова, О.В. Архипова. — СПб.: СПбГИЭУ, 2009. — С. 239– 44.

51. Скобельцына А.С. Учет этнокультурных потребностей клиентов в процессе обслуживания на предприятиях гостеприимства на примере туристов из азиатского региона. // Эффективное управление в гостиничном и ресторанном бизнесе: теория, практика, подготовка кадров: коллективная монография / Под ред. С.А. Степановой. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017 . — С. 117–126.

52. Скобельцына А.С. Экскурсионные услуги: проблемы подготовки и повышения квалификации экскурсоводов. // Проблемы современной экономики. — 2009. — № 1. — С. 398–400.

53. Скобельцына А.С., Шарухин А.П. Технологии и организация экскурсионных услуг: Учебник. — 2-е изд. — М.: Юрайт, 2018. — 262 с.

54. Скобкин С.С. Актуальные проблемы индустрии гостеприимства. — М.: Изд-во рос. экон. акад., 2006. — 225 с.

55. Соколова М.В. Аксиологические аспекты гостеприимства (Библейские парадигмы). // Сб. научных статей Всероссийской научной конференции «Проблемы истории сервиса: здравоохранение, культура, досуг», 9 декабря 2003 г. — М.: МГОУ, 2004. — С.112–122.

56. Соколова М.В. Феномен гостеприимства на Древнем Востоке и в Античном мире. — М.: МГПУ, 2009. — 126 с.

57. Стальная В.А. Экономика «впечатлений»: особенности становления и проблемы развития отечественной индустрии развлечений. // Проблемы современной экономики. — 2009. — № 1. — С. 401–403.

58. Традиционные и современные модели гостеприимства: Материалы российско-французской конференции 7–8 октября 2002 г. / Отв. ред. С.Н. Зенкин. — М.: РГГУ, 2004. — 262 с.

59. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник/ Под ред. Воронковой Л.П. — М.: Аспект-Пресс, 2002. — 367 с.

60. Удальцова М.В., Наумова Е.В. Сервисология. Человек и его потребности: Учебное пособие. — М.: Омега-Л, 2011. — 105 с.

61. Уокер Д.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс: учебник для студентов вузов.— Москва: ЮНИТИ, 2006. — 849 с.

62. Федцов В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса: учебное пособие. — Ростов н/Д: Феникс, 2008. — 503 с.

63. Фельдман О. Яхтинг без границ. // Строительный Еженедельник № 25 (662) от 06.07.2015. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

https://asninfo.ru/magazines/html-version/662-spb/14827-yakhting-bez-granits

64. Хорева Л.В., Исаева О.Л. Перспективы развития услуг паромного туризма в Санкт-Петербурге. // Экономика и управление народным хозяйством. Экономические науки. — 2016. — № 5. — С. 69–73.

65. Чернякова М.А. Индустрия туризма и гостеприимства: организация обслуживания: учебно-методическое пособие. — Магнитогорск: Магнитогорский Дом печати, 2016. — 85 с.

66. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Белозерова Ю.М., Кнышва Е.Н. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления. — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2011. — 400 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ГОСТ Р 53423–2009 (ИСО 18513:2003) Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения

ГОСТ Р 53423–2009
(ИСО 18513:2003)
Группа Т02

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Туристские услуги

ГОСТИНИЦЫ
И ДРУГИЕ СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ

Термины и определения

Tourism services. Hotels and other types of tourism accommodation. Terms and definitions

ОКС 03.080.30
ОКСТУ 0131
Дата введения 2010–07–01

Предисловие

Цели и принципы стандартизации в Российской Федерации установлены Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании», а правила применения национальных стандартов Российской Федерации — ГОСТ Р 1.0–2004 «Стандартизация в Российской Федерации. Основные положения»

Сведения о стандарте

1. ПОДГОТОВЛЕН Закрытым акционерным обществом «ОТЕЛЬ ЭКСПЕРТ» на основе собственного аутентичного перевода стандарта, указанного в пункте 4

2. ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 199 «Туристские услуги и услуги средств размещения»

3. УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 3 ноября 2009 г. № 496-ст

4. НАСТОЯЩИЙ СТАНДАРТ является модифицированным по отношению к международному стандарту ИСО 18513:2003 «Туристские

услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Терминология» (ISO 18513:2003 «Tourism services — Hotels and onher types of tourism accommodation — Terminology»). При этом дополнительные фразы, включенные в текст стандарта для учета потребностей национальной экономики Российской Федерации, выделены курсивом

5. ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодно издаваемом информационном указателе «Национальные стандарты», а текст изменений и поправок — в ежемесячно издаваемых информационных указателях «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в информационном указателе «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет.

Введение

Раздел приводится в редакции, отличной от ИСО 18513.

Целью создания национального стандарта является разработка единого терминологического массива на русском языке, характеризующего понятия, используемые в туристской индустрии, с сопоставлением их с аналогами на английском, немецком и французском языках.

В соответствии с Регламентом Европейского комитета по стандартизации (ЕКС) национальные стандарты по терминологии могут быть приняты путем публикации идентичного текста либо путем разработки и утверждения новых стандартов, поскольку формулировка стандартных определений в области туристской индустрии является трудной задачей из-за национальных особенностей содержания и использования тех или иных терминов.

При этом должны соблюдаться следующие требования:

— термины и определения должны быть известны в одной или более странах — членах ИСО;

— термины и определения должны поддаваться точному описанию или переводу на один или два языка из трех, используемых в международном стандарте;

— термины и определения могут быть исключены из стандарта вследствие их абстрактности и сложности определения.

Дополнительное справочное приложение должно быть словарем терминов на русском, английском, французском и немецком языках.

После принятия стандарта на русском языке в него не могут быть внесены никакие изменения ни в части терминов, ни в части определений, поскольку они должны стать основой для разработки других стандартов и документов и рассматриваться как документ-первоисточник.

Основной целью разработки данного международного стандарта является облегчение взаимопонимания между потребителями и исполнителями туристских услуг. Помощь потребителям в правильном выборе туристской услуги способствует наибольшему удовлетворению их потребностей. Хорошая информированность потребителей, в свою очередь, содействует развитию туристской индустрии.

Целью разработки российского стандарта международной терминологии является не только создание терминологии на русском языке, точно сопоставимой с аналогами на английском, французском и немецком языках, но и толкование (аннотирование) этих терминов на русском языке, понятное, с одной стороны, специалистам российской туристской индустрии, а с другой стороны, наиболее точно соответствующее толкованию аналогичных терминов на английском, французском и немецком языках.

Большую практическую помощь специалистам туристской индустрии окажет и прилагаемый к стандарту русско-англо-франко-немецкий словарь терминов.

1. Область применения

В настоящем стандарте приведены определения употребляемых в туристской индустрии терминов, связанных с различными типами размещения и другими сопутствующими услугами.

2. Размещение

2.1. Основные понятия

2.1.1. размещение: Предоставление минимального набора услуг для ночлега, включая санитарно-гигиеническое оборудование.

2.1.2. рейтинг размещения; система классификации: Система, позволяющая проводить оценку средства размещения туристов, его оборудования, оснащения и предоставляемых им услуг.

Примечание 1 — Оценку проводят в основном по 5 категориям, часто обозначаемым символами от одного до пяти.

Примечание 2 — В качестве организаторов системы оценки могут выступать международные, национальные или региональные струк-

туры, органы управления туризмом, профессиональные организации, издательства путеводителей или сами владельцы средств размещения.

Примечание 3 — В большинстве европейских стран существуют национальные системы классификации. Эти системы могут основываться на обязательных требованиях, предъявляемых к средствам размещения различных категорий, на балльной оценке оснащения, оборудования средств размещения и оказываемых в них услуг, а также на сочетании этих двух принципов. В России действует система классификации гостиниц и других средств размещения, одобренная Распоряжением Правительства Российской Федерации от 15 июля 2005 г. № 1004-р и утвержденная Приказом Федерального агентства по туризму от 21 июля 2005 г. № 86. Эта система основана на сочетании обязательных требований и критериев балльной оценки.

2.1.3. кухонное оборудование для самообслуживания: Предоставление в распоряжение проживающих оборудования, посуды, приборов для самостоятельного приготовления и подачи блюд и сервировки стола.

2.2. Типы размещения

2.2.1. гостиница, отель: Предприятие, предоставляющее услуги размещения и, в большинстве случаев, услуги питания, имеющее службу приема, а также оборудование для оказания дополнительных услуг.

Примечание — Некоторые типы гостиничных предприятий обычно предоставляют только размещение и завтрак. К ним относятся: комплексы апартаментов, сельские гостиницы и т. п.

2.2.2. гест хауз: Предприятие, предоставляющее услуги питания (включая напитки). Гест хауз может предоставлять услуги средства размещения. Гест хауз часто располагается в сельской местности.

Примечание — Термина на русском языке, соответствующего приведенному толкованию, нет. Понятие «гостевой дом», получившее распространение в российской гостиничной индустрии, означает средство размещения небольшой вместимости, в котором не предусмотрено оказание всего спектра гостиничных услуг.

2.2.3. гостевые комнаты: Размещение в частном доме.

Примечание — В большинстве случаев в гостевых комнатах предоставляется размещение с завтраком.

2.2.4. пансион: Предприятие, предоставляющее размещение с питанием.

Примечание 1 — Обычно в пансионе предоставляется размещение с питанием на несколько дней, при этом услуги питания предоставляются в основном только проживающим.

Примечание 2 — Термина на русском языке, соответствующего приведенному толкованию, нет. Средства размещения, которые в европейских странах соответствуют термину «пансион» и приведенному толкованию этого понятия, в Российской Федерации отсутствуют. Существующие в России пансионаты и дома отдыха — это средства размещения, расположенные в курортной местности и предоставляющие размещение и питание.

Примечание 3 — В некоторых странах термин «пансион» используется для обозначения типа тарифа.

2.2.5. апартотель: Гостиница, номерной фонд которой состоит из номеров категории «студия» или «апартамент».

2.2.6. комплекс апартаментов: Предприятие, предлагающее размещение в номерах категории «студия» или «апартамент».

Примечание — Отличие «апартотеля» от «комплекса апартаментов» заключается в том, что в «апартотеле», как в любой гостинице, должна быть служба приема, а также оборудование для предоставления услуг питания (завтрак) и дополнительных услуг. В «комплексе апартаментов» соблюдение этих требований не является обязательным.

2.2.7. сельская хижина: Размещение в семье, в доме, расположенном в сельской местности, деревне или за ее пределами, в отдельной меблированной комнате. Хозяева проживают в том же доме. Имеется кухонное оборудование.

2.2.8. молодежная гостиница; хостел: Предприятие, предоставляющее услуги размещения и питания, управление которым осуществляется некоммерческой организацией; проживание — в многоместных номерах, питание — с ограниченным выбором блюд и/или наличие оборудования для самостоятельного приготовления пищи; предоставление дополнительных услуг, включая развлекательные и образовательные программы.

Примечание 1 — Термин «молодежный хостел» в некоторых странах является защищенной торговой маркой предприятий, принадлежащих ассоциациям, которые являются членами Международной Федерации Молодежных Хостелов (IYHF).

Примечание 2 — Молодежные хостелы обычно предлагают размещение в многоместных комнатах и иногда предоставляют двухмест-

ные или семейные номера членам Национальной Ассоциации (либо отдельным лицам, либо группе лиц от организаций-членов), которая признается Международной Федерацией Молодежных Хостелов, или тем, кто купил членство в молодежном хостеле, входящем в Международную сеть Молодежных хостелов.

Примечание 3 — Развлекательные и образовательные программы предназначаются, в основном, для молодежи.

2.2.9. база отдыха (туристская база); центр отдыха; туристская деревня (деревня отдыха): Предприятие, предлагающее размещение, а также возможности и соответствующее оборудование для занятия спортом и развлечений, рестораны и магазины.

Примечание — В основном, размещение предлагается в шале, бунгало или в автодоме.

2.2.10. кемпинг: Ограниченная территория с санитарными объектами, на которой располагаются шале, бунгало, палатки, автофургоны, автоприцепы, передвижные автодома, а также оборудованные площадки для размещения палаток, автофургонов и пр.

Примечание 1 — В кемпинге к услугам проживающих могут быть рестораны, магазины, спортивные и развлекательные сооружения, однако вышеперечисленные услуги не являются обязательными.

Примечание 2 — Отличие базы отдыха от кемпинга заключается в том, что в кемпинге имеются оборудованные площадки, на которых можно установить палатку, автофургон, автоприцеп, автодом туриста, приехавшего на собственном транспортном средстве и не желающего пользоваться услугами средства размещения.

2.2.11. мотель: Гостиница с автостоянкой, предоставляющая услуги для размещения автомобилистов.

2.2.12. курортный отель: Средство размещения, расположенное на спа курорте и оказывающее на собственной базе в качестве дополнительных услуги оздоровительного характера с использованием природных факторов (например морской или минеральной воды), в том числе для предоставления на их основе процедур.

Примечание 1 — Также см. 4.2.6.

Примечание 2 — Процедуры оздоровительного характера могут оказываться в отдельно стоящем здании.

2.2.13. сельские гостевые комнаты: Частный дом в сельской местности, предоставляющий услуги размещения.

2.2.14. ферм хауз: Проживание в средстве размещения, расположенном на территории крестьянского (фермерского) хозяйства.

Примечание — Термина на русском языке, соответствующего приведенному толкованию, нет. Обычно этот тип размещения пользуется спросом у туристов, проявляющих интерес к жизни, быту и работе людей, проживающих в сельской местности, и желающих познать это на собственном опыте.

2.2.15. постоялый двор: Проживание в средстве размещения, расположенном на территории крестьянского (фермерского) хозяйства, предоставляющем размещение и питание.

Примечание 1 — Питание — на основе блюд, приготовляемых, в основном, из производимых в хозяйстве продуктов.

Примечание 2 — В отличие от 2.2.14, в постоялом дворе предоставляется не только проживание в средстве размещения, расположенном на территории крестьянского (фермерского) хозяйства, но и питание на основе блюд, приготовленных из продуктов, производимых в данном хозяйстве.

2.2.16. горный приют: Изолированный дом, расположенный в горной местности.

Примечание — В горном приюте должны быть условия для размещения группы туристов.

2.2.17. шале, бунгало: Отдельно стоящие домики с кухонным оборудованием.

2.2.18. сюит отель: Гостиница, номерной фонд которой состоит из номеров высшей категории.

Примечание — Номера высшей категории: «сюит», «джуниор сюит», «люкс», «апартамент», «студия».

2.2.19. бординг*[1] хауз: Гостиница с длительным сроком проживания, расположенная в черте города.

Примечание — Термина на русском языке, соответствующего приведенному толкованию, нет. Такие гостиницы предназначены для лиц, приезжающих в длительные командировки.

2.2.20. прогулочный корабль: Плавучее средство, предназначенное для круизов по рекам и каналам, предлагающее услуги размещения и кухонное оборудование.

---

[1] Текст соответствует оригиналу. — Примечание изготовителя базы данных.

Примечание — Прогулочные корабли часто используются для организации корпоративных мероприятий.

2.2.21. автодом: Автотранспортное средство со спальным/спальными местом/местами и кухонным оборудованием.

2.2.22. жилой фургон-автоприцеп: Передвижное жилье на автоприцепе.

Примечание — В отличие от автодома, являющегося транспортным средством, жилой фургон-автоприцеп предполагает наличие автотранспортного средства, к которому прицепляется жилой фургон.

2.2.23. дом-фургон, передвижной дом на колесах, стационарный фургон: Жилой дом-автоприцеп со спальным/спальными местом/местами и кухонным оборудованием, стационарно установленный в определенном месте. Дом-фургон можно передвигать.

Примечание 1 — Обычно, находясь на территории кемпинга, дом-фургон предназначается для сдачи в аренду на отпускной период либо для продажи в собственность в качестве вторичного жилья (дачи).

Примечание 2 — В отличие от автодома — это автоприцеп, но не прицепленный к автотранспортному средству, а стационарно установленный на территории кемпинга.

2.2.24. складной автоприцеп: Автоприцеп со спальным местом/местами и кухонным оборудованием, демонтируемый и складывающийся для облегчения транспортирования транспортным средством.

2.2.25. палатка: Тканевое укрытие, разбираемое и складывающееся для удобства транспортирования.

2.2.26. туристский фургон: Фургон со спальным/спальными местом/местами и кухонным оборудованием, прицепляемый к транспортному средству.

Примечание — В отличие от жилого фургона-автоприцепа (2.2.22) туристский фургон предполагает обязательное наличие спальных мест и кухонного оборудования.

2.2.27. навес автоприцепа: Навес, установленный на автоприцепе транспортного средства.

2.2.28. детский оздоровительный лагерь: Предприятие, предоставляющее размещение для детей, приезжающих для отдыха и оздоровления.

2.3. Типы номеров

2.3.1. одноместный номер: Номер со спальным местом для одного человека.

2.3.2 двухместный номер «дабл»: Номер, в котором возможно размещение двух человек на одной двуспальной кровати либо на двух односпальных кроватях, сдвинутых вместе.

Примечание — Двухместный номер «дабл» может быть использован для размещения одного человека или супружеской пары.

2.3.3. двухместный номер «твин»: Номер, в котором возможно размещение двух человек на двух отдельно стоящих кроватях.

Примечание — Двухместный номер «твин» может быть использован для размещения двух человек, входящих в состав одной группы, либо для размещения супружеской пары.

Примечание — Многоместный номер может быть использован для размещения трех и более человек, входящих в состав одной группы.

2.3.5. семейный номер: Номер, в котором возможно размещение трех и более человек.

Примечание 1 — Семейный номер предназначен для размещения не менее двух взрослых человек.

Примечание 2 — Семейный номер может быть использован для размещения семьи, состоящей из родителей с детьми, либо детей с двумя сопровождающими взрослыми (няней, бабушкой, дедушкой, воспитателем и пр.).

2.3.6. дормитори: Многоместный номер с числом кроватей по числу проживающих, которые необязательно относятся к одной определенной группе.

Примечание — Термина на русском языке, соответствующего приведенному толкованию, нет. Такой многоместный номер в отличие от термина, приведенного в 2.3.4, может быть использован для размещения трех и более человек, не входящих в состав одной группы. Такие номера обычно бывают в общежитиях.

2.3.7. джуниор сюит: Номер, имеющий помимо спального места дополнительную площадь для отдыха/работы.

Примечание — К этой категории относятся однокомнатные номера, рассчитанные для проживания одного/двух человек, с планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной/столовой/кабинета.

2.3.8. сюит: Номер, состоящий из нескольких смежно-раздельных жилых комнат со спальным/спальными местом/местами и отдельным/отдельными помещением/помещениями для отдыха и/или работы.

Примечание — К этой категории относятся номера, состоящие из трех и более жилых комнат (гостиной/столовой/кабинета и спальни) и имеющие дополнительный гостевой туалет.

2.3.9. апартамент: Номер, состоящий из нескольких жилых комнат со спальным/спальными местом/местами и отдельным, предназначенным для отдыха, помещением с кухонным уголком.

Примечание — К этой категории относятся номера, состоящие из двух и более жилых комнат (гостиной/столовой и спальни), имеющие кухонное оборудование.

2.3.10. студия: Номер, состоящий из одной комнаты с кухонным уголком.

2.3.11. соединяющиеся номера: Номера со спальными местами, соединяющиеся между собой внутренними дверями.

Примечание — Обычно это двухместные или одноместные номера, соединенные между собой внутренней дверью, которые могут быть использованы как по отдельности (при закрытых с двух сторон внутренних дверях), так и для размещения одной семьи или группы.

2.3.12. дуплекс: Номер, состоящий из нескольких соединяющихся комнат, расположенных на разных этажах.

Примечание — К этой категории относятся номера, состоящие из двух и более комнат, расположенных на разных этажах и соединенных между собой внутренней лестницей.

2.4. Типы тарифов

Примечание — Необходимо иметь в виду, что тариф двухместного номера может быть рассчитан на одного человека, проживающего в двухместном номере, либо на номер в целом. Тип питания и его содержание может варьироваться.

2.4.1. «номер без завтрака»: Тариф, по которому в стоимость номера не входят ни питание, ни напитки.

2.4.2. «номер с завтраком»: Тариф, по которому в стоимость номера входит завтрак.

2.4.3. полупансион: Тариф, по которому в стоимость номера входят завтрак и обед или ужин.

2.4.4. полный пансион: Тариф, по которому в стоимость номера входят завтрак, обед и ужин.

2.4.5. все включено: Тариф, по которому в стоимость номера входят питание, некоторые напитки, а также пользование определенным оборудованием и услугами.

2.5. Типы кроватей

Примечание — Размеры кровати могут быть различными даже у кроватей одного типа и наименования.

2.5.1. двуспальная кровать: Кровать на двух человек с одним или двумя матрацами.

Примечание — Минимальные размеры двуспальной кровати 160×200 см.

2.5.2. детская кроватка: Кровать с высоко поднятыми бортами, предназначенная для младенцев или малолетних детей.

2.6. Санитарно-техническое оборудование

2.6.1. «номер с горячим и холодным водоснабжением»: Номер с умывальником с горячей и холодной водой.

2.6.2. «номер с туалетом»: Номер с санузлом с унитазом.

2.6.3. «номер с душем или ванной»: Номер с душем и/или ванной, обычно с умывальником.

Примечание 1 — Душ может быть в ванне.

Примечание 2 — Душ необязательно должен находиться в отдельном помещении.

3. Услуги

3.1. Питание и напитки (служба питания)

3.1.1. континентальный завтрак: Завтрак, включающий как минимум хлеб, масло, джем и/или варенье и горячий напиток.

Примечание — В некоторых странах такой завтрак называют «французским завтраком» и он состоит из круассана, масла, джема и кофе/чая.

3.1.2. расширенный завтрак: Континентальный завтрак, дополненный большим ассортиментом хлебобулочных изделий, джемов и/или варенья, холодных напитков, сыра и/или холодных мясных закусок.

Примечание — В отличие от континентального, такой завтрак включает помимо круассана большой ассортимент хлебобулочных изделий и выпечки, несколько сортов варенья/джемов, соков/холодных напитков, сыров и/или холодных мясных закусок.

3.1.3. завтрак «шведский стол»: Завтрак со свободным доступом к блюдам и напиткам, ассортимент которых должен быть не меньше ассортимента блюд и напитков расширенного завтрака.

Примечание — «Шведский стол» является формой обслуживания, заключающейся в том, что весь ассортимент блюд и напитков нахо-

дится в неограниченном количестве в свободном доступе. При этом, ассортимент блюд и напитков должен быть не меньше ассортимента расширенного завтрака, но может и соответствовать ассортименту полного завтрака (3.1.4) с большим выбором горячих и холодных блюд.

3.1.4. полный завтрак: Расширенный завтрак, дополненный горячими и холодными блюдами.

Примечание 1 — В некоторых странах такой завтрак называют «английским завтраком» или «американским завтраком».

Примечание 2 — Полный завтрак («английский» или «американский» завтрак) может быть на «шведском столе» либо подаваться официантами. Ассортимент блюд зависит от категории средства размещения.

3.2. Прочие услуги

3.2.1. оборудование для обслуживания инвалидов: Оборудование, предназначенное для удовлетворения специфических потребностей проживающих инвалидов.

Примечание — К такому оборудованию относятся:

— пандусы для проезда инвалидных колясок;

— оборудование общественных туалетов;

— ширина дверных проемов в номерах;

— санитарно-техническое оборудование номеров;

— мебель и ее расстановка в жилых комнатах и пр.

3.2.2. камера хранения: Специальное помещение, предназначенное для хранения багажа.

Примечание — Такое помещение должно быть оборудовано полками для размещения багажа.

4. Дополнительные услуги

4.1. Культура и досуг

4.1.1. телевизионный салон: Салон или иное общественное помещение, предназначенное для просмотра проживающими телевизионных программ или видеофильмов.

Примечание — Телевизионный салон может быть предназначен для коллективного просмотра телевизионных программ или видеофильмов в средствах размещения, номерной фонд которых не оборудован телевизорами, либо располагаться в общественных помещениях (холл, лобби-бар и т. п.).

4.1.2. читальный зал: Салон или иное уединенное общественное помещение для проживающих, специально предназначенное для чтения.

Примечание — Это помещение необязательно должно быть предназначено исключительно для чтения, но оно должно находиться в удалении от мест большого скопления людей, ресторанов, баров и т. п.

4.1.3. салон: Зал или иное общественное помещение с креслами, предназначенное для проживающих.

Примечание — Это часть холлов в средстве размещения или отдельные помещения, используемые проживающими для отдыха и ожидания гостей.

4.1.4. библиотека: Отдельная комната или общественное помещение, в котором имеется собрание литературы и периодических изданий, которыми проживающие могут пользоваться в помещении библиотеки или брать с собой.

Примечание — Библиотека может быть в средстве размещения, предназначенном для длительного проживания.

4.1.5. игровая комната: Комната или общественное помещение с набором игр для проживающих.

Примечание — Игровая комната предназначена, в основном, для настольных игр, либо проведения анимационных мероприятий.

4.1.6. дневной детский сад: Комната или специально оборудованное помещение, в котором дети находятся под постоянным присмотром ответственного персонала.

Примечание — Это комната с естественным освещением для детских игр под наблюдением квалифицированного персонала (не менее 5 ч в сутки).

4.1.7. детская игровая комната: Комната или общественное помещение с игрушками и оборудованием, предназначенными для детских игр и развлечений.

Примечание — В отличие от дневного детского сада, это может быть не отдельное помещение, а часть общественного помещения (например, холла), где дети могут играть без наблюдения квалифицированного персонала.

4.1.8. бассейн: Специально построенный закрытый или открытый плавательный бассейн с подогреваемой или неподогреваемой водой.

4.2. Возможности для оздоровления

4.2.1. джакузи: Бассейн или ванна, оборудованная устройством для бурления подогретой воды.

4.2.2. сауна: Деревянная кабина с горячим сухим воздухом.

4.2.3. паровая баня: Комната или кабина с горячим паром.

4.2.4. солярий: Место, предназначенное для естественного или искусственного загара.

Примечание — В некоторых странах термин «солярий» обозначает только место, где можно загорать под лучами солнца.

4.2.5. зал для фитнеса, гимнастический зал: Зал или общественное помещение со спортивными снарядами для физических упражнений, необязательно под наблюдением тренера.

Примечание — Может быть частью общественного помещения (холл вблизи бассейна, сауны и пр.).

4.2.6. спа курорт: Местность, обладающая природными лечебными средствами (минеральные воды, грязи, климат и др.) и необходимыми условиями для их применения.

Примечание — В некоторых странах статус спа курорта требует специального подтверждения в соответствии с установленным регламентом.

4.3. Прочее техническое оснащение и оборудование

4.3.1. автостоянка: Закрытая или открытая площадка, на которой можно оставить транспортное средство, необязательно под присмотром.

4.3.2. гараж: Закрытая автостоянка, находящаяся в здании.

4.3.3. кондиционирование воздуха: Искусственная система индивидуальной или централизованной регулировки температуры воздуха, в последнем случае регулировка температуры недоступна для проживающих.

Примечание — В последнем случае в номерах отсутствует термостат для индивидуальной регулировки температуры воздуха.

4.3.4. кухонный уголок: Маленькая кухня, оборудованная в отдельном помещении или занимающая часть комнаты.

4.3.5. мини-бар: Маленький холодильник с охлажденными напитками.

Примечание 1 — В некоторых странах понятие «мини-бар» является зарегистрированной торговой маркой.

Примечание 2 — Холодные напитки могут быть алкогольными и/или безалкогольными. Ассортимент мини-бара может быть дополнен орешками, чипсами, шоколадом, сигаретами и пр.

Примечание 3 — В мини-баре могут быть в наличии легкие закуски.

Приложение А (справочное)

Словарь синонимов на русском, английском, французском и немецком языках

Таблица А.1

Русский	Статья	Английский	Французский	Немецкий
Автодом	2.2.21	motor home	autocaravane	Wohnmobie
Автостоянка	4.3.1	parking	pare de stationnement	Parkplatz
Апартотель	2.2.5	aparthotel	–	Aparthotel
Апартамент	2.3.9	apartment	appartement	Apartment
Бассейн	4.1.8	swimming pool	piscine	Schwimmbad
База отдыха	2.2.9	holiday camp	camp de vacances	Ferienanlage
Библиотека	4.1.4	library	bibliothèque	Bibliothek
Бодинг хауз	2.2.19	–	–	Boardinghouse
Бунгало	2.2.17	bungalow	bungalow	Bungalow
Все включено	2.4.5	all inclusive	tout compris	All inclusive
Гараж	4.3.2	garage parking	garage	Garage
Гимнастический зал	4.2.5	gym	salle de gymnastique	Sporthalle
Гест хауз	2.2.2	guest house	auberge	Gasthof
Гостиница	2.2.1	hotel	hôtel	Hotel
Гостевые комнаты	2.2.3	–	chambres d'hôte	Privatunterkunft
Горный приют	2.2.16	mountain refuge	refuge de montagne	Berghiitte
Двуспальная кровать	2.5.1	double bed	lit double	Doppelbett
Двухместный номер (дабл)	2.3.2	double room	chambre double	Doppelzimmer
Двухместный номер с двумя кроватями (твин)	2.3.3	twin room	chambre à deux lits	Zweibettzimmer
Детская кроватка	2.5.2	baby bed cot	lit de bébé lit à barreaux	Babybett Kinderbett

Русский	Статья	Английский	Французский	Немецкий
Джуниор сюит	2.3.7	junior suite	chambre-salon	Junior Suite
Детская игровая комната	4.1.7	children's play room	salle de jeux pour enfants	Kinderspielzimmer
Детский оздоровительный лагерь	2.2.28	–	maison d'enfants	Kindererholungsheim
Деревня отдыха	2.2.9	holiday village	village de vacances	Feriendorf
Джакузи	4.2.1	Jacuzzi	Jacuzzi	Whirlpool
Дневной детский сад	4.1.6	day nursery	garderie d' enfants	Kindertagesstatte
Дормитори	2.3.6	dormitory	dortoir	Schlafsaal
Дом-фургон	2.2.23	caravan holiday home	caravane résidentielle	Ferienreisemobil
Дуплекс	2.3.12	duplex	duplex	Duplex; Maisoonette
Жилой фургон-автоприцеп	2.2.22	caravan	caravane	Caravan
Завтрак «шведский стол»	3.1.3	buffet breakfast	petit déjeuner buffet	Friihstiicksbuffet
Зал для фитнеса	4.2.5	fitness room	salle de musculation	Fitnessraum
Игровая комната	4.1.5	games room	salle de jeux	Spielezimmer
Камера хранения	3.2.2	baggage room	local à bagages	Gepackraum
Кемпинг	2.2.10	camping site caravan park	terrain de camping village de caravanes	Campingplatz Wohnwagenpark
Комплекс апартаментов	2.2.6	apartment complex	résidence de tourisme	Apartment-Anlage
Кондиционирование воздуха	4.3.3	air conditioning	air conditionnè; climatisation	Klimaanlage
Континентальный завтрак	3.1.1	continental breakfast	petit déjeuner continental	Einfaches Friihstuck
Кухонный уголок	4.3.4	kitchenette	cuisinette	Kochnische

Русский	Статья	Английский	Французский	Немецкий
Курортный отель	2.2.12	spa hotel	hôtel thermal	Kurhotel
Кухонное оборудование для самообслуживания	2.1.3	self-catering facilities	équipements de cuisine	Selbstverpflegungseinrichtungen
Мини-бар	4.3.5	mini-bar	mini-bar	Minibar
Многоместный номер	2.3.4	multiple bedded room	chambre à plusieurs lits	Mehrbettzimmer
Мотель	2.2.11	motel	–	Motel
Молодежная гостиница	2.2.8	youth hostel	auberge de jeunesse	Jugendherberge
Навес автоприцепа	2.2.27	trailer tent	tente remorque	Anhanger-Zelt
«Номер с горячим и холодным водоснабжением»	2.6.1	«room with cold and hot running water»	«chambre avec eau cou-rante chaude et froide»	«Zimmer mit fliependem Kalt- und Warmwasser»
«Номер с душем или ванной»	2.6.3	«room with shower or bathroom»	«chambre avec douche ou bains»	«Zimmer mit Dusche oder Badezimmer»
«Номер с завтраком»	2.4.2	«bed and breakfast»	«chambre avec petit dejeuner»	«Ubernachtung mit Friihstuck»
«Номер без завтрака»	2.4.1	«room only»	«chambre seule»	«Nur Zimmer»
«Номер с туалетом»	2.6.2	«room with toilet»	«chambre avec toilettes»	«Zimmer mit Toilette»
Оборудование для обслуживания инвалидов	3.2.1	facilities for disabled	installations pour handi-capees	Behinderteneinrich-tungen
Одноместный номер	2.3.1	single room	chambre inlividuelle	Einzelzimmer
Отель	2.2.1	hotel	hôtel	Hotel

Русский	Статья	Английский	Французский	Немецкий
Палатка	2.2.25	tent	tente	Zelt
Пансион	2.2.4	–	pension de famille	Pension
Паровая баня	4.2.3	steam bath	bain de vapeur	Dampfbad
Передвижной дом на колесах	2.2.23	holiday caravan	caravane de vacances	Ferienwohnwagen
Полный завтрак	3.1.4	full breakfast	petit déjeuner complet	Englisches Friihstuck
Полупансион	2.4.3	half board	demi-pension	Halbpension
Полный пансион	2.4.4	full board	pension complete	Vollpension
Постоялый двор	2.2.15	–	ferme auberge	–
Прогулочный корабль	2.2.20	canal barge	péniche, coche de plaisance	Kabinenkreuzer
Размещение	2.1.1	accommo-dation	hébergement	Unterkunft
Расширенный завтрак	3.1.2	expanded breakfast	petit déjeuner amélioré	Erweitertes Fruhstuck
Рейтинг размещения	2.1.2	accommo-dation rating	classement de l'héber-gement	Unterkunftseinstufung
Салон	4.1.3	lounge	salon	Lounge
Сауна	4.2.2	sauna	sauna	Sauna
Сельские гостевые комнаты	2.2.13	–	cham bre d'hôte rurale	–
Сельская хижина	2.2.7	gite rural	gite rural	–
Семейный номер	2.3.5	family room	chambre familiale	Familienzimmer

Русский	Статья	Английский	Французский	Немецкий
Система классификации	2.1.2	accommo dation rating	classement de l'héber-gement	Unterkunftseinstufung
Складной автоприцеп	2.2.24	folding caravan	caravane pliante	Zusammenklappbarer Caravan
Соединяющиеся номера	2.3.11	connected rooms	chambres communi-cantes	Verbundene Zimmer
Солярий	4.2.4	solarium	solarium	Solarium
Спа курорт	4.2.6	spa	station thermale	Kurort
Стационарный фургон	2.2.23	static caravan mobile home	caravane stationnaire résidence mobile	feststehender Wohnwagen Mobiles Zuhause
Студия	2.3.10	studio	studio	Studio
Сюит	2.3.8	suite	suite	Suite
Сюит отель	2.2.18	all-suite hotel	hôtel en suites	All-Suite-Hotel
Телевизионный салон	4.1.1	TV room	salon de télévision	Fernsehraum
Туристическая база	2.2.9	holiday camp	camp de vacances	Ferienanlage
Туристская деревня	2.2.9	holiday village	village de vacances	Feriendorf
Туристский фургон	2.2.26	tourer touring caravan	caravane de tourisme	Wohnwagen Touring Caravan
Ферм хауз	2.2.14	farm house	logement à la ferme	Bauernhof
Хостел	2.2.8	youth hostel	auberge de jeunesse	Jugendherberge
Центр отдыха	2.2.9	holiday centre	centre de vacances	Ferienzentrum
Читальный зал	4.1.2	reading room	salon de lecture	Leseraum
Шале	2.2.17	chalet	chalet	Chalet

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации

ПРАВИЛА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

(Утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 9 октября 2015 г. № 1085)

1. Настоящие Правила разработаны в соответствии с Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» и регулируют отношения в области предоставления гостиничных услуг.

2. Настоящие Правила распространяются на деятельность гостиниц и иных средств размещения, за исключением деятельности молодежных туристских лагерей и туристских баз, кемпингов, детских лагерей, ведомственных общежитий, сдачи внаем для временного проживания меблированных комнат, а также деятельности по предоставлению мест для временного проживания в железнодорожных спальных вагонах и прочих транспортных средствах.

3. Основные понятия, используемые в настоящих Правилах, означают следующее:

«гостиничные услуги» — комплекс услуг по обеспечению временного проживания в гостинице, включая сопутствующие услуги, перечень которых определяется исполнителем;

«гостиница и иное средство размещения» — имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для оказания гостиничных услуг (далее — гостиница);

«малое средство размещения» — гостиница с номерным фондом не более 50 номеров;

«цена номера (места в номере)» — стоимость временного проживания и иных сопутствующих услуг, определенных исполнителем, оказываемых за единую цену;

«потребитель» — гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий и (или) использующий гостиничные услуги исключительно для личных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;

«исполнитель» — организация независимо от организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, предоставляющие потребителю гостиничные услуги;

«заказчик» — физическое (юридическое) лицо, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее или приобретающее гостиничные услуги в соответствии с договором об оказании гостиничных услуг (далее — договор) в пользу потребителя;

«бронирование» — предварительный заказ мест и (или) номеров в гостинице заказчиком (потребителем);

«расчетный час» — время, установленное исполнителем для заезда и выезда потребителя.

4. Требования к гостиничным услугам, в том числе к их объему и качеству, определяются по соглашению сторон договора, если федеральными законами или иными нормативными правовыми актами Российской Федерации не предусмотрены другие требования.

5. Предоставление гостиничных услуг допускается только при наличии свидетельства о присвоении гостинице соответствующей категории, предусмотренной системой классификации гостиниц и иных средств размещения, утвержденной Министерством культуры Российской Федерации, в случае если в соответствии с законодательством Российской Федерации такое требование вводится для отдельных субъектов или на всей территории Российской Федерации.

6. Цена номера (места в номере), а также иные условия договора устанавливаются одинаковыми для всех потребителей, за исключением случаев, когда законодательством Российской Федерации или локальными нормативными актами исполнителя допускается предоставление льгот и преимуществ для отдельных категорий потребителей.

7. Исполнитель вправе самостоятельно устанавливать в местах оказания гостиничных услуг правила проживания в гостинице и пользования гостиничными услугами, не противоречащие законодательству Российской Федерации.

8. Настоящие Правила в доступной форме доводятся исполнителем до сведения потребителя (заказчика).

II. Информация об исполнителе и о предоставляемых исполнителем гостиничных услугах

9. Исполнитель обязан довести до сведения потребителя посредством размещения на вывеске, расположенной около входа в гости-

ницу, или в помещении гостиницы, предназначенном для оформления временного проживания потребителей, следующую информацию:

а) наименование и фирменное наименование (если имеется), адрес и режим работы — для юридического лица;

б) фамилия, имя, отчество (если имеется), адрес места осуществления деятельности индивидуального предпринимателя, режим работы, а также государственная регистрация и наименование зарегистрировавшего его органа — для индивидуального предпринимателя.

10. Исполнитель обязан довести до сведения потребителя посредством размещения в помещении гостиницы, предназначенном для оформления временного проживания потребителей, а также иными способами, в том числе на сайте гостиницы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информацию об оказываемых им услугах, которая должна содержать:

а) сведения об исполнителе, номер его контактного телефона, а также данные документа, подтверждающего факт внесения сведений о юридическом лице в Единый государственный реестр юридических лиц либо факт внесения сведений об индивидуальном предпринимателе в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей, с указанием органа, осуществившего государственную регистрацию;

б) сведения о вышестоящей организации (при наличии);

в) сведения о присвоении гостинице категории, если такая категория присваивалась, с указанием присвоенной категории, наименования аккредитованной организации, проводившей классификацию, даты выдачи и номера свидетельства, срока его действия;

г) сведения о сертификации услуг, если такая сертификация проводилась в порядке, предусмотренном системой сертификации услуг гостиниц;

д) категории номеров гостиницы (в случае присвоения категории) и цену номеров (места в номере);

е) перечень услуг, входящих в цену номера (места в номере);

ж) сведения о форме и порядке оплаты гостиничных услуг;

з) перечень и цену иных платных услуг, оказываемых исполнителем за отдельную плату, условия их приобретения и оплаты;

и) сведения о форме, условиях и порядке бронирования, аннулирования бронирования;

к) предельный срок проживания в гостинице, если он установлен исполнителем;

л) перечень категорий лиц, имеющих право на получение льгот, а также перечень льгот, предоставляемых при оказании гостиничных услуг в соответствии с законами, иными нормативными правовыми актами;

м) сведения об иных платных услугах, оказываемых в гостинице третьими лицами;

н) сведения о времени заезда (выезда) из гостиницы;

о) сведения о правилах, указанных в пункте 7 настоящих Правил.

11. Информация, предусмотренная пунктом 10 настоящих Правил, располагается в доступном для посетителей месте и оформляется таким образом, чтобы можно было свободно ознакомиться с ней неограниченному кругу лиц в течение всего рабочего времени гостиницы.

12. Исполнитель обязан обеспечить наличие в каждом номере правил, указанных в пункте 7 настоящих Правил.

13. Информация об исполнителе и оказываемых им услугах доводится до сведения потребителей на русском языке и дополнительно, по усмотрению исполнителя, — на государственных языках субъектов Российской Федерации, родных языках народов Российской Федерации и иностранных языках.

III. Порядок и условия предоставления гостиничных услуг

14. Исполнитель вправе осуществлять бронирование в любой форме, в том числе путем составления документа, подписанного двумя сторонами, а также путем принятия заявки на бронирование (далее — заявка) посредством почтовой, телефонной и иной связи, позволяющей установить, что заявка исходит от потребителя или заказчика. Форма заявки устанавливается исполнителем.

15. Исполнитель вправе применять в гостинице следующие виды бронирования:

а) гарантированное бронирование — вид бронирования, при котором гостиница ожидает потребителя до расчетного часа дня, следующего за днем запланированного заезда. В случае несвоевременного отказа от бронирования, опоздания или незаезда потребителя с него или с заказчика взимается плата за фактический простой номера (места в номере), но не более чем за сутки. При опоздании более чем на сутки гарантированное бронирование аннулируется;

б) негарантированное бронирование — вид бронирования, при котором гостиница ожидает потребителя до определенного часа, уста-

новленного исполнителем, в день заезда, после чего бронирование аннулируется.

16. Бронирование считается действительным с момента получения потребителем (заказчиком) уведомления, содержащего сведения о наименовании (фирменном наименовании) исполнителя, заказчике (потребителе), категории (виде) заказанного номера и о его цене, об условиях бронирования, о сроках проживания в гостинице, а также иные сведения, определяемые исполнителем.

17. Потребитель (заказчик) вправе аннулировать заявку. Порядок и форма отказа от бронирования устанавливаются исполнителем.

18. Исполнитель вправе отказать в бронировании, если на указанную в заявке дату отсутствуют свободные номера.

19. Договор заключается при предъявлении потребителем документа, удостоверяющего его личность, оформленного в установленном порядке, в том числе:

а) паспорта гражданина Российской Федерации, удостоверяющего личность гражданина Российской Федерации на территории Российской Федерации;

б) паспорта гражданина СССР, удостоверяющего личность гражданина Российской Федерации, до замены его в установленный срок на паспорт гражданина Российской Федерации;

в) свидетельства о рождении — для лица, не достигшего 14-летнего возраста;

г) паспорта, удостоверяющего личность гражданина Российской Федерации за пределами Российской Федерации, — для лица, постоянно проживающего за пределами Российской Федерации;

д) паспорта иностранного гражданина либо иного документа, установленного федеральным законом или признанного в соответствии с международным договором Российской Федерации в качестве документа, удостоверяющего личность иностранного гражданина;

е) документа, выданного иностранным государством и признанного в соответствии с международным договором Российской Федерации в качестве документа, удостоверяющего личность лица без гражданства;

ж) разрешения на временное проживание лица без гражданства;

з) вида на жительство лица без гражданства.

20. Договор заключается между потребителем и исполнителем путем составления документа, подписанного двумя сторонами, который должен содержать:

а) наименование исполнителя (для индивидуальных предпринимателей — фамилию, имя, отчество (если имеется), сведения о государственной регистрации;

б) сведения о заказчике (потребителе);

в) сведения о предоставляемом номере (месте в номере);

г) цену номера (места в номере);

д) период проживания в гостинице;

е) иные необходимые сведения (по усмотрению исполнителя).

21. Регистрация потребителей, являющихся гражданами Российской Федерации, по месту пребывания в гостинице осуществляется в соответствии с Правилами регистрации и снятия граждан Российской Федерации с регистрационного учета по месту пребывания и по месту жительства в пределах Российской Федерации, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 17 июля 1995 г. № 713 «Об утверждении Правил регистрации и снятия граждан Российской Федерации с регистрационного учета по месту пребывания и по месту жительства в пределах Российской Федерации и перечня лиц, ответственных за прием и передачу в органы регистрационного учета документов для регистрации и снятия с регистрационного учета граждан Российской Федерации по месту пребывания и по месту жительства в пределах Российской Федерации».

Регистрация в гостинице несовершеннолетних граждан, не достигших 14-летнего возраста, осуществляется на основании документов, удостоверяющих личность находящихся вместе с ними родителей (усыновителей, опекунов) или близких родственников, сопровождающего лица (лиц), документа, удостоверяющего полномочия сопровождающего лица (лиц), а также свидетельств о рождении этих несовершеннолетних.

Постановка иностранного гражданина и лица без гражданства на учет по месту пребывания в гостинице и снятие их с учета по месту пребывания осуществляются в соответствии с Правилами осуществления миграционного учета иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 15 января 2007 г. № 9 «О

порядке осуществления миграционного учета иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации».

22. Исполнитель обеспечивает круглосуточное обслуживание потребителей, прибывающих в гостиницу и убывающих из гостиницы.

В малом средстве размещения исполнитель вправе самостоятельно устанавливать время обслуживания потребителей.

23. Заезд в гостиницу и выезд из гостиницы потребителя осуществляются с учетом расчетного часа, который устанавливается в 12 часов текущих суток по местному времени. Исполнитель с учетом местных особенностей и специфики деятельности вправе изменить установленный расчетный час.

Время заезда устанавливается исполнителем. Разница между временем выезда потребителя из номера и заезда потребителя в номер не может составлять более 2 часов.

24. Исполнитель вправе установить предельный срок проживания в гостинице, одинаковый для всех потребителей.

25. Цена номера (места в номере), перечень услуг, которые входят в цену номера (места в номере), а также порядок и способы оплаты номера (места в номере) устанавливаются исполнителем.

Исполнителем может быть установлена посуточная и (или) почасовая оплата проживания.

В случае если в соответствии с законодательством Российской Федерации вводится государственное регулирование стоимости гостиничных услуг (гостиничного обслуживания) в период проведения мероприятий (церемоний), стоимость гостиничных услуг не может превышать максимально установленной стоимости для данной категории гостиницы.

26. Исполнитель не вправе без согласия потребителя предоставлять иные платные услуги, не входящие в цену номера (места в номере).

27. Исполнитель по просьбе потребителя обязан без дополнительной оплаты обеспечить следующие виды услуг:

а) вызов скорой помощи, других специальных служб;

б) пользование медицинской аптечкой;

в) доставка в номер корреспонденции, адресованной потребителю, по ее получении;

г) побудка к определенному времени;

д) предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов;

е) иные услуги по усмотрению исполнителя.

28. Потребитель (заказчик) обязан оплатить гостиничные услуги и иные платные услуги в полном объеме после их оказания потребителю.

С согласия потребителя (заказчика) оплата гостиничных услуг может быть произведена при заключении договора в полном объеме или частично.

При осуществлении расчетов с потребителем исполнитель выдает потребителю кассовый чек или документ, оформленный на бланке строгой отчетности.

29. Плата за проживание в гостинице взимается в соответствии с расчетным часом.

В случае задержки выезда потребителя после установленного расчетного часа плата за проживание взимается с потребителя в порядке, установленном исполнителем.

При размещении потребителя с 0 часов 00 минут до установленного расчетного часа плата за проживание взимается в размере, не превышающем плату за половину суток.

30. Потребитель обязан соблюдать правила, указанные в пункте 7 настоящих Правил.

31. Порядок учета, хранения и утилизации (уничтожения) забытых вещей в гостинице определяется исполнителем.

32. Потребитель вправе в любое время отказаться от исполнения договора при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов.

33. Исполнитель вправе в одностороннем порядке отказаться от исполнения договора, если потребитель нарушает условия договора, при этом потребитель возмещает исполнителю фактически понесенные им расходы.

IV. Ответственность исполнителя и потребителя

34. Исполнитель отвечает за сохранность вещей потребителя в соответствии с законодательством Российской Федерации.

35. За неисполнение либо ненадлежащее исполнение обязательств по договору исполнитель несет ответственность, предусмотренную законодательством Российской Федерации.

36. Вред, причиненный жизни или здоровью потребителя в результате предоставления гостиничных услуг, не отвечающих требованиям

и (или) условиям договора, подлежит возмещению исполнителем в соответствии с законодательством Российской Федерации.

37. Потребитель несет ответственность и возмещает ущерб в случае утраты или повреждения по его вине имущества гостиницы в соответствии с законодательством Российской Федерации и настоящими Правилами.

38. Контроль за соблюдением настоящих Правил осуществляется Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

ОКВЭД — виды услуг предприятий размещения и питания

РАЗДЕЛ I	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (ОКВЭД 2)
	Этот раздел включает: — предоставление мест для краткосрочного проживания, а также предоставление полного ассортимента продуктов питания и напитков, пригодных для непосредственного потребления Объем и тип дополнительных услуг, предоставляемых в рамках данного раздела, может значительно варьироваться Этот раздел не включает: — предоставление услуг долгосрочного проживания, так как это классифицируется в разделе, описывающем операции по недвижимости (раздел L); — приготовление пищи или напитков, которые либо не являются пригодными для непосредственного потребления, либо продаются через независимые каналы распределения, т. е. при помощи оптовой или розничной торговли Классификация приготовления данных продуктов питания приводится в разделе C (ОБРАБАТЫВАЮЩИЕ ПРОИЗВОДСТВА)
55	Деятельность по предоставлению мест для временного проживания
	Эта группировка включает: — предоставление мест для временного проживания туристам, лицам, прибывающим с деловыми целями, и другим клиентам, а также деятельность по предоставлению более длительного проживания отдельным категориям лиц, таких как, например, студенты и наемные рабочие Некоторые предприятия предоставляют не только места для проживания, но и питание и возможности для отдыха и развлечений Эта группировка не включает: — аренду квартир для долгосрочного проживания, как основного места жительства, обычно арендуемых на срок от месяца до года, отнесенных к группировке 68.20
55.1	Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания
55.10	Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания Эта группировка включает: — предоставление мест посетителям для проживания на срок от дня или недели, преимущественно для временного пребывания Она включает предоставление комфортабельных меблированных гостевых комнат и апартаментов с заправкой постели, сменой постельного белья и ежедневной уборкой. В перечень дополнительных услуг входят: обеспечение питанием и напитками, предоставление авто-

РАЗДЕЛ I	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (ОКВЭД 2)
	стоянки, услуги прачечной, библиотеки, плавательных бассейнов и тренажерных залов, комнат отдыха и развлечений, а также предоставление конференц-залов и залов для совещаний Эта группировка включает: — деятельность гостиниц, в том числе гостиниц с номерами люкс и квартирами; — деятельность мотелей Эта группировка не включает: — предоставление домов и меблированных или немеблированных квартир для долгосрочного проживания, в основном на срок от месяца до года, см. 68
55.2	Деятельность по предоставлению мест для краткосрочного проживания
55.20	Деятельность по предоставлению мест для краткосрочного проживания Эта группировка включает: — предоставление мест клиентам для временного проживания на ежедневной или еженедельной основе, с предоставлением отдельной площади, состоящей из полностью меблированных комнат или помещений с местами для проживания и сна, а также с местами для приготовления и потребления пищи, с кухонными принадлежностями и полностью оборудованной кухней Это может быть комната или квартира в небольших отдельно стоящих многоэтажных зданиях, комнаты в сельских домах или группа зданий (одноэтажные бунгало, шале, коттеджи и домики), при этом возможно предоставление дополнительного минимального объема услуг Эта группировка также включает: — жилье, предоставляемое детскими лагерями на время школьных каникул и в остальное время, домами отдыха, в том числе детскими, гостевыми квартирами, молодежными общежитиями, туристическими базами, лагерями, в том числе горными Эта группировка не включает: — обеспечение комфортабельного меблированного временного жилья с услугами по заправке постели, смене постельного белья и ежедневной уборке, предоставлению кулинарной продукции и напитков, см. 55.10; — предоставление мест в домах и меблированных или не меблированных квартирах для долгосрочного проживания, см. 68
55.3	Деятельность по предоставлению мест для временного проживания в кемпингах, жилых автофургонах и туристических автоприцепах

РАЗДЕЛ I	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (ОКВЭД 2)
55.30	Деятельность по предоставлению мест для временного проживания в кемпингах, жилых автофургонах и туристических автоприцепах Эта группировка включает: — предоставление мест для временного проживания в постройках на территории кемпинга, на территории стоянок для жилых автофургонов оздоровительных, рыбацких и охотничьих лагерей; — предоставление стояночных мест и обслуживание жилых автофургонов Эта группировка также включает: — предоставление защитных убежищ или простого бивака для размещения палаток и/или спальных мешков
55.9	Деятельность по предоставлению прочих мест для временного проживания
55.90	Деятельность по предоставлению прочих мест для временного проживания Эта группировка включает: — предоставление временного или долгосрочного жилья в одноместной или общей комнате, или общежитиях для студентов, приезжих (сезонных) рабочих, школьников во время каникул, слушателей различных учебных заведений и других лиц Эта группировка также включает: — общежития для студентов, школы-интернаты, общежития для рабочих, пансионаты, железнодорожные спальные вагоны
56	Деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков
	Эта группировка включает: — услуги по предоставлению продуктов питания и напитков, готовых к употреблению непосредственно на месте и предлагаемых в традиционных ресторанах, заведениях самообслуживания, на предприятиях питания, отпускающих продукцию на вынос, а также прочих предприятиях питания, работающих на постоянной или временной основе, с предоставлением мест для сидения или без Определяющим фактором является сам факт предложения продуктов питания, готовых к непосредственному употреблению на месте, а не вид учреждения, их предоставляющего Эта группировка не включает: — производство продуктов питания, не предназначенных для непосредственного употребления на месте, или полуфабрикатов, или готовых продуктов, которые не являются продуктами питания, см. 10, 11; — продажу продуктов несобственного производства, которые не являются продуктами питания, или не предназначены для употребления на месте, см. раздел G

РАЗДЕЛ I	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (ОКВЭД 2)
56.1	Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания
56.10	Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания Эта группировка включает: — услуги по предоставлению питания потребителям, независимо от того, подаются ли они в специальных местах общепита или в ресторанах самообслуживания, едят их в помещении, забирают с собой или заказывают для доставки на дом; — подготовку и подачу пищи для непосредственного потребления с транспортных средств или передвижных лавок; — деятельность ресторанов, кафе, ресторанов быстрого обслуживания, мест с предоставлением еды на вынос, вагончиков для продажи мороженого, передвижных вагончиков для продажи пищи, деятельность по приготовлению пищи в торговых палатках Эта группировка также включает: — деятельность ресторанов и баров, связанную с доставкой продуктов питания потребителям отдельными подразделениями предприятия
56.10.1	Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания
56.10.2	Деятельность по приготовлению и/или продаже пищи, готовой к непосредственному употреблению на месте, с транспортных средств или передвижных лавок
56.10.21	Деятельность предприятий общественного питания с обслуживанием на вынос
56.10.22	Деятельность передвижных продовольственных лавок по приготовлению и/или продаже пищи, готовой к употреблению
56.10.23	Деятельность вагончиков, палаток по приготовлению и продаже мороженого
56.10.24	Деятельность рыночных киосков и торговых палаток по приготовлению пищи
56.10.3	Деятельность ресторанов и баров по обеспечению питанием в железнодорожных вагонах-ресторанах и на судах Эта группировка не включает: — розничную продажу продуктов питания через торговые автоматы, см. 47.99; — предоставление услуг пунктов питания по сниженным ценам, см. 56.29

РАЗДЕЛ I	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (ОКВЭД 2)
56.2	Деятельность предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания
56.21	Деятельность предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий Эта группировка включает: — услуги по приготовлению и поставке продуктов питания по договоренности с заказчиком с доставкой по указанному адресу, или по какому-либо определенному случаю Эта группировка не включает: — изготовление скоропортящихся продуктов для перепродажи, см. 10.89; — розничную продажу скоропортящихся продуктов, см. 47
56.29	Деятельность предприятий общественного питания по прочим видам организации питания Эта группировка включает: — приготовление и поставку организациям, по договоренности с заказчиком, продуктов питания предприятиями общественного питания на протяжении определенного длительного периода времени, и продажу кулинарной продукции в спортивных и подобных им сооружениях по сниженным ценам Продукты питания обычно готовятся на центральном предприятии Эта группировка включает: — деятельность организаций общественного питания, поставляющих готовую пищу (например, транспортным и строительным компаниям, туристическим группам, личному составу вооруженных сил и другим группам потребителей); — деятельность по доставке продуктов питания спортивным и прочим учреждениям (по сниженным ценам); — деятельность столовых, буфетов или кафетериев (в офисах, больницах, школах, институтах и пр.) на основе льготных цен на питание Эта группировка не включает: — приготовление скоропортящихся продуктов для перепродажи, см. 10.89; — розничную продажу скоропортящихся продуктов, см. 47

РАЗДЕЛ I	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (ОКВЭД 2)
56.29.1	Деятельность организаций общественного питания, поставляющих готовую пищу (для транспортных и строительных компаний, туристическим группам, личному составу вооруженных сил, предприятиям розничной торговли и другим группам потребителей) по договору
56.29.2	Деятельность столовых и буфетов при предприятиях и учреждениях
56.29.3	Деятельность по доставке продуктов питания учебным, спортивным и прочим учреждениям (по льготным ценам)
56.29.4	Деятельность социальных столовых, буфетов или кафетериев (в офисах, больницах, школах, институтах и пр.) на основе льготных цен на питание
56.3	Подача напитков
56.30	Подача напитков Эта группировка включает: — изготовление и продажу напитков для непосредственного употребления внутри заведений Эта группировка включает: — деятельность баров, таверн, коктейльных залов, дискотек и танцевальных площадок (с преобладающим обслуживанием напитками), пивных баров, буфетов, фито-баров, автоматов по продаже напитков Эта группировка не включает: — перепродажу упакованных/готовых напитков, см. 47; — розничную продажу напитков через торговые автоматы, см. 47.99; — функционирование дискотек и танцевальных площадок без обслуживания напитками, см. 93.29

Нормативные документы, регулирующие деятельность предприятий размещения и питания

Перечень нормативных правовых актов или их отдельных частей, содержащих обязательные требования, оценка соблюдения которых является предметом федерального государственного санитарно-эпидемиологического надзора, систематизированный по видам предпринимательской деятельности и выполняемым в их составе работам и услугам, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 16.07.2009 № 584 (выдержки)

	Наименование видов деятельности и выполняемых в их составе работ и услуг	Код по общероссийскому классификатору	Международные договоры Российской Федерации и акты органов Евразийского экономического союза	Федеральные законы	Указы Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства Российской Федерации	Нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти и нормативные документы федеральных органов исполнительной власти	Нормативные правовые акты органов государственной власти СССР и нормативные документы органов государственной власти СССР и РСФСР* (не применяются при проведении мероприятий по контролю (надзору) с 1 июля 2017 г.)	Иные нормативные документы, обязательность соблюдения которых установлена законодательством Российской Федерации
I. Предоставление гостиничных услуг, а также услуг по временному размещению и обеспечению временного проживания								
1	Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания	55.1	ТР ТС 025/2012. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности мебельной продукции Ссылка на нормативный акт	Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» Ссылка на нормативный акт Федеральный	Постановление Правительства РФ от 03.09.2010 № 681 «Об утверждении Правил обращения с отходами производства и потребления в части осветитель-	СанПиН 2.1.2.2645–10. Санитарно-эпидемиологические требования к условиям проживания в жилых зданиях и помещениях. СанПиН		СН 2.2.4/2.1.8. 562–96 Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки

.			Ссылка на нормативный акт ТР ТС 019/2011. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности средств индивидуальной защиты Ссылка на нормативный акт	закон от 24.06.1998 № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» Ссылка на нормативный акт Федеральный закон от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» Ссылка на нормативный акт	ных устройств, электрических ламп, ненадлежа-щие сбор, накопление, использование, обезвреживание, транспортирование и размещение которых может повлечь причинение вреда жизни, здоровью граждан, вреда животным, растениям и окружающей среде» Постановление Правительства РФ от 15.12.2000 № 967 Об утверждении Положения о расследовании и учете профессио-нальных заболеваний	2.1.2.1188–03. 2.1.2. Плавательные бассейны. Гигиенические требования к устройству, эксплуатации и качеству воды. СанПиН 2.1.4.1074–01. 2.1.4. Гигиениче-ские требования к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения. Контроль качеств. Ссылка на нормативный акт СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278–03 Гигиенические требования к естественному, искусственному и совмещенному освещению жилых и общественных зданий СанПиН 2.2.1/2.1.1.2585–10. Изменения и дополнения № 1 к СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278–03. Гигиенические требования к естественному, искусственному и совмещенному освещению жилых и общественных зданий.		СанПиН 2.2.4.548–96 Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений СанПиН 2.2.0.555–96. Гигиенические требования к условиям труда женщин

	Наименование видов деятельности и выполняемых в их составе работ и услуг	Код по общероссийскому классификатору	Международные договоры Российской Федерации и акты органов Евразийского экономического союза	Федеральные законы	Указы Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства Российской Федерации	Нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти и нормативные документы федеральных органов исполнительной власти	Нормативные правовые акты органов государственной власти СССР и нормативные документы органов государственной власти СССР и РСФСР* (не применяются при проведении мероприятий по контролю (надзору) с 1 июля 2017 г.)	Иные нормативные документы, обязательность соблюдения которых установлена законодательством Российской Федерации
						СанПиН 2.2.1/2.1.1.1076–01. 2.2.1/2.1.1. Гигиенические требования к инсоляции и солнцезащите помещений жилых и общественных зданий и территорий. СП 52.13330.2011. Свод правил. Естественное и искусственное освещение СП 3.5.3.3223–14 «Санитарно-эпидемиологические требования к организации и проведению дератизационных мероприятий» СанПиН 2.2.4.1294–03. Гигиенические требования		

						к аэроионному составу воздуха производственных и общественных помещений СанПиН 2.2.4.3359–16 Санитарно-эпидемиологические требования к физическим факторам на рабочих местах СП 2.1.2.2844–11 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, оборудованию и содержанию общежитий для работников организаций и обучающихся образовательных учреждений» СанПиН 2.2.2/2.4.1340–03. 2.2.2. Гигиена труда, технологические процессы, сырье, материалы, оборудование, рабочий инструмент. 2.4. Гигиена детей и подростков. Гигиенические требования к персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы		

	Наименование видов деятельности и выполняемых в их составе работ и услуг	Код по общероссийскому классификатору	Международные договоры Российской Федерации и акты органов Евразийского экономического союза	Федеральные законы	Указы Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства Российской Федерации	Нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти и нормативные документы федеральных органов исполнительной власти	Нормативные правовые акты органов государственной власти СССР и нормативные документы органов государственной власти СССР и РСФСР* (не применяются при проведении мероприятий по контролю (надзору) с 1 июля 2017 г.)	Иные нормативные документы, обязательность соблюдения которых установлена законодательством Российской Федерации
						СанПиН 2.4.4.3155–13 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации работы стационарных организаций отдыха и оздоровления детей» СанПиН 2.4.4.3048–13. Санитарно-эпидемиологические требования к устройству и организации работы детских лагерей палаточного типа СанПиН 2.4.4.2599–10. Гигиенические требования		

						к устройству, содержанию и организации режима в оздоровительных учреждениях с дневным пребыванием детей в период каникул СанПиН 2.4.2.2842–11 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации работы лагерей труда и отдыха для подростков»		
2	Услуги по предоставлению мест для временного и краткосрочного проживания и прочих мест для временного проживания	55.20, 55.30, 55.90	ТР ТС 025/2012. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности мебельной продукции ТР ТС 019/2011. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности средств индивидуальной защиты	Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» Федеральный закон от 24.06.1998 № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» Федеральный закон от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия	Постановление Правительства РФ от 03.09.2010 № 681 «Об утверждении Правил обращения с отходами производства и потребления в части осветительных устройств, электрических ламп, ненадлежащие сбор, накопление, использование, обезвреживание, транспортирование и размещение которых может повлечь	СанПиН 2.1.2.2645–10. Санитарно-эпидемиологические требования к условиям проживания в жилых зданиях и помещениях. СанПиН 2.1.4.1074–01. 2.1.4. Гигиенические требования к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения. Контроль качества.		СН 2.2.4/2.1.8. 562–96 Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки СанПиН 2.2.4.548–96 Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений

.	Наименование видов деятельности и выполняемых в их составе работ и услуг	Код по общероссийскому классификатору	Международные договоры Российской Федерации и акты органов Евразийского экономического союза	Федеральные законы	Указы Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства Российской Федерации	Нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти и нормативные документы федеральных органов исполнительной власти	Нормативные правовые акты органов государственной власти СССР и нормативные документы органов государственной власти СССР и РСФСР* (не применяются при проведении мероприятий по контролю (надзору) с 1 июля 2017 г.)	Иные нормативные документы, обязательность соблюдения которых установлена законодательством Российской Федерации
				окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»	причинение вреда жизни, здоровью граждан, вреда животным, растениям и окружающей среде» Постановление Правительства РФ от 15.12.2000 № 967 Об утверждении Положения о расследовании и учете профессиональных заболеваний	СанПиН 2.1.4.1175–02. 2.1.4. Гигиенические требования к качеству воды нецентрализованного водоснабжения. Санитарная охрана источников СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278–03 Гигиенические требования к естественному, искусственному и совмещенному освещению жилых и общественных зданий СанПиН 2.2.1/2.1.1.2585–10. Изменения и дополнения № 1 к СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278–03. Гигиенические требования к естественному.	СанПиН 2.2.0.555–96. Гигиенические требования к условиям труда женщин

						искусственному и совмещенному освещению жилых и общественных зданий. СанПиН 2.2.1/2.1.1.1076–01. 2.2.1/2.1.1. Гигиенические требования к инсоляции и солнцезащите помещений жилых и общественных зданий и территорий. СП 2.1.2.2844–11 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, оборудованию и содержанию общежитий для работников организаций и обучающихся образовательных учреждений» СанПиН 2.2.2/2.4.1340–03. 2.2.2. Гигиена труда, технологические процессы, сырье, материалы, оборудование, рабочий инструмент. 2.4. Гигиена детей и подростков. Гигиенические требования к персональным		

Наименование видов деятельности и выполняемых в их составе работ и услуг		Код по общероссийскому классификатору	Международные договоры Российской Федерации и акты органов Евразийского экономического союза	Федеральные законы	Указы Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства Российской Федерации	Нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти и нормативные документы федеральных органов исполнительной власти	Нормативные правовые акты органов государственной власти СССР и нормативные документы органов государственной власти СССР и РСФСР* (не применяются при проведении мероприятий по контролю (надзору) с 1 июля 2017 г.)	Иные нормативные документы, обязательность соблюдения которых установлена законодательством Российской Федерации
						электронно-вычислительным машинам и организации работы СанПиН 2.4.4.3155–13 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации работы стационарных организаций отдыха и оздоровления детей» СанПиН 2.4.4.3048–13. Санитарно-эпидемиологические требования к устройству и организации работы детских лагерей палаточного типа		

						СанПиН 2.4.4.2599–10. Гигиенические требования к устройству, содержанию и организации режима в оздоровительных учреждениях с дневным пребыванием детей в период каникул СанПиН 2.4.2.2842–11 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации работы лагерей труда и отдыха для подростков» СП 52.13330.2011. Свод правил. Естественное и искусственное освещение СП 3.5.3.3223–14 «Санитарно-эпидемиологические требования к организации и проведению дератизационных мероприятий» СанПиН 2.2.4.1294–03. Гигиенические требования к аэроионному		

Наименование видов деятельности и выполняемых в их составе работ и услуг		Код по общероссийскому классификатору	Межгосударственные договоры Российской Федерации и акты органов Евразийского экономического союза	Федеральные законы	Указы Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства Российской Федерации	Нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти и нормативные документы федеральных органов исполнительной власти	Нормативные правовые акты органов государственной власти СССР и нормативные документы органов государственной власти СССР, РСФСР* (не применяются при проведении мероприятий по контролю (надзору) с 1 июля 2017 г.)	Иные нормативные документы, обязательность соблюдения которых установлена законодательством Российской Федерации	
12	Услуги общественного питания	56	ТР ТС 021/2011. «О безопасности пищевой продукции» ТР ТС 005/2011. О безопасности упаковки ТР ТС 022/2011. Пищевая продукция в части ее маркировки ТР ТС 023/2011. Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей	Федеральный закон от 02.01.2000 №29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» Федеральный закон от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»	Указ Президента РФ от 06.08.2014 № 560 О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации Указ Президента РФ от 24.06.2015 № 320 О продлении действия отдельных	составу воздуха производственных и общественных помещений СанПиН 2.2.4.3359–16 Санитарно-эпидемиологические требования к физическим факторам на рабочих местах	Санитарные правила для предприятий по производству быстрозамороженных готовых блюд от 30.03.1984 № 2982–84		ГН 2.3.3.972–00. 2.3.3. Гигиена питания. Тара, посуда, упаковка, оборудование и другие виды продукции, контактирующие с пищевыми продуктами. Предельно допустимые количества химических веществ, выделяющихся из материалов,

.			ТР ТС 024/2011. Технический регламент на масложировую продукцию ТР ТС 027/2012. О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания ТР ТС 034/2013. О безопасности мяса и мясной продукции ТР ТС 029/2012. Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств ТР ЕАЭС 040/2016 О безопасности рыбной продукции	деральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» Федеральный закон от 24.06.1998 № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления»	специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации Постановление Правительства РФ от 07.08.2014 № 778 О мерах по реализации указов Президента Российской Федерации от 6 августа 2014 г. № 560, от 24 июня 2015 г. № 320 и от 29 июня 2016 г. № 305 Постановление Правительства РФ от 29.09.1997 № 1263 Об утверждении Положения о проведении экспертизы некачественных и опасных продовольственного сырья и пищевых продуктов, их использовании или уничтожении	паразитарных болезней на территории Российской Федерации» СанПиН 2.3.2.1078–01. 2.3.2. Продовольственное сырье и пищевые продукты. Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов СП 2.2.2.1327–03. 2.2.2. Гигиена труда. Технологические процессы, материалы и оборудование, рабочий инструмент. Гигиенические требования к организации технологических процессов, производственному оборудованию и рабочему инструменту СП 52.13330.2011. Свод правил. Естественное и искусственное освещение		контактирующих с пищевыми продуктами Утверждены Главным государственным санитарным врачом РФ 29.04.2000 СН 2.2.4/2.1.8. 562–96 Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки СанПиН 2.2.4.548–96 Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений СанПиН 2.2.0.555–96. Гигиенические требования к условиям труда женщин

Наименование видов деятельности и выполняемых в их составе работ и услуг	Указы Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства Российской Федерации	Федеральные законы	Международные договоры Российской Федерации и акты органов Евразийского экономического союза	Код по общероссийскому классификатору	Нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти и нормативные документы органов государственной власти СССР и РСФСР, применяемые на территории Российской Федерации	Нормативные правовые акты органов государственной власти СССР и нормативные документы органов государственной власти СССР и РСФСР* (не применяются при проведении мероприятий по контролю (надзору) с 1 июля 2017 г.)	Иные нормативные документы, обязательность соблюдения которых установлена законодательством Российской Федерации
	Постановление Правительства РФ от 03.09.2010 № 681 «Об утверждении Правил обращения с отходами производства и потребления в части осветительных устройств, электрических ламп, ненадлежащие сбор, накопление, использование, обезвреживание, транспортирование и размещение которых может повлечь причинение вреда жизни, здоровью граждан, вреда животным, растениям и окружающей среде»				СП 3.5.3.3223–14 «Санитарно-эпидемиологические требования к организации и проведению дератизационных мероприятий» СанПиН 2.2.4.3359–16 Санитарно-эпидемиологические требования к физическим факторам на рабочих местах		

Учебное издание

Скобельцына Анна Сергеевна
ВВЕДЕНИЕ В ГОСТЕПРИИМСТВО

Учебное пособие

Издано в авторской редакции

Подписано в печать 29.10.18. Формат 60×84 1/16.
Усл. печ. л. 11,25. Тираж 70 экз. Заказ 1482.

Издательство СПбГЭУ. 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21.

Отпечатано на полиграфической базе СПбГЭУ