

**Тема: Туристские
предприятия и индустрия
гостеприимства**

- Классификация предприятий сферы туризма
- Туроператорская деятельность
- Турагентская деятельность
- Модели гостеприимства
- Классификация средств размещения
- Организация общественного питания

№1

- Туристские предприятия – это самостоятельно хозяйствующие субъекты, которые на основе использования имущества трудовым коллективом производят и реализуют продукцию, выполняют работы, оказывают услуги.

В составе индустрии туризма выделяют две структуры:

- 1. Организации, предоставляющие объекты (средства) для размещения и временного проживания, организованного питания и транспортного обслуживания.
- 2. Организации, осуществляющие туристскую деятельность, экскурсионное обслуживание, обслуживание туристов.

Современная система туризма организационно включает следующие хозяйственные субъекты:

- фирмы – производители туристских услуг (лечебницы, санатории, здравницы, базы отдыха, деловые консультации и др.);
- фирмы – туроператоры, то есть фирмы по разработке и реализации туристского продукта преимущественно на оптовой основе;
- фирмы – турагенты, выступающие в качестве продавцов туристского продукта, сформированного туроператорами;
- специализированные фирмы, предоставляющие услуги по размещению (пансионаты, дома отдыха, мотели, гостиницы, кемпинги и др.);
- специализированные предприятия питания (рестораны, бары, кафе, столовые и др.);
- специализированные транспортные предприятия (авиационные предприятия, автопредприятия, железнодорожные ведомства, предприятия морского и речного транспорта и т.д.);
- предприятия торговли и торговые фирмы, специализирующиеся на товарах для туристов;
- предприятия сферы досуга в туризме (киноконцертные залы, залы игровых автоматов и др.);
- рекламно-информационные туристские учреждения (рекламные агентства и бюро, информационно-туристские центры и т.д.);
- государственные предприятия (национальные, региональные, муниципальные предприятия, занимающиеся туризмом на коммерческих началах.

Можно привести следующую классификацию предприятий, производящих продукты и услуги для туристов:

- **первичные** – предназначены непосредственно для обслуживания туристов (санатории, пансионаты, турбазы и т. п.). В условиях замкнутого туристского и курортного центра почти все предприятия, находящиеся на данной территории, относятся к этой категории;
- **вторичные** – предназначены для обслуживания преимущественно туристов, хотя их услугами могут пользоваться и местные жители (предприятия общественного питания, культурные заведения);
- **третичные** – как правило, предназначены для обслуживания местных жителей, но их услугами также могут пользоваться для удовлетворения своих потребностей и туристы (общественный транспорт, почта и т.п.).

Туроператорская деятельность

- – это деятельность по формированию туристского продукта, включающего различные услуги по продвижению этого продукта на рынок и его реализации. Фирмы–туроператоры разрабатывают и реализуют туристский продукт преимущественно на оптовой основе.

- Туроператоры выполняют специальную роль в туристской индустрии. Они приобретают туристские продукты (места в самолетах, комнаты в отелях), формируют пакеты туруслуг и продают их прямо или косвенно различным пользователям (туристам) с целью получения прибыли.

- Туроператор может продавать туруслуги отдельно. Это делается либо из соображений получения прибыли, либо по необходимости.
- В первом случае, когда туроператор формирует пакет, он выступает в роли производителя туристских продуктов. Во втором случае, когда туроператор продает услуги по отдельности, он выступает как оптовый дилер туристских услуг.

Туроператоры подразделяются по нескольким критериям.

- ***По виду деятельности:***
- 1. Операторы массового рынка. Они продают турпакеты с использованием чартерных авиарейсов в места массового туризма.
- 2. Специализированные операторы — это туроператоры, специализирующиеся на определенном продукте или сегменте рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма и т. д.). В свою очередь они могут быть:
 - а) туроператорами специального интереса (например, спортивно-приключенческого туризма, организации сафари в Африке и т. д.);
 - б) туроператорами специального места назначения (например, поездки в Англию, Францию и т. д.);
 - в) туроператорами определенной клиентуры (для молодежи, семейных пар, бизнесменов и т. д.);
 - г) туроператорами специальных мест размещения (в домах отдыха, на турбазах и т. д.);
 - д) туроператорами, использующими определенный вид транспорта (теплоходы, поезда и т. д.).

Туроператоры подразделяются по нескольким критериям.

- ***По месту деятельности:***
- 1. Местные (внутренние) туроператоры. Они составляют турпакеты с маршрутами в пределах страны проживания.
- 2. Выездные туроператоры ориентируют турпакеты на зарубежные страны.
- 3. Туроператоры на приеме. Они базируются в стране назначения и обслуживают прибывающих туристов.

Туроператоры подразделяются по нескольким критериям.

- ***По направлению специализации деятельности:***
- 1. Специализация на приеме и обслуживании иностранных туристов.
- 2. Специализация на организации туристских поездок граждан своей страны за границу

1. Специализация на приеме и обслуживании иностранных туристов.

- Турфирмы, занимающиеся этой деятельностью, называются туроператорами по приему или **рецептивными туроператорами**.
- Они комплектуют туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договора с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досугово-развлекательными учреждениями и т. д.).

Для выполнения своих функций рецептивные туроператоры должны:

- - хорошо знать имеющиеся в стране туристские ресурсы и уметь ими пользоваться, владеть информацией об особенностях туристских путешествий по своей стране;
- - владеть информацией о материально-технической базе туризма в своей стране, иметь тесные деловые контакты с предприятиями туристского обслуживания и возможность их использовать для обслуживания иностранных туристов;
- - иметь право (референс) визовой поддержки иностранных туристов, приобретающих туры на поездку в представляемую турфирмой страну;
- - иметь доступ к каналам продвижения и продажи своего туристского продукта на зарубежных туристских рынках.

2. Специализация на организации туристских поездок граждан своей страны за границу

- Турфирмы, занимающиеся этим, называются туроператорами по направлению или **инициативными туроператорами**.
- Они отправляют туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями. Они занимаются комплектацией туристского продукта, состоящего, по нормам Всемирной туристской организации (ВТО), не менее чем из трех услуг (размещения, транспортировки туристов и любой другой, не связанной с первыми двумя).

- Для выполнения своих функций инициативные туроператоры должны:
- - иметь хорошие позиции на рынке выездного туризма в своей стране, возможность продвигать и продавать своим согражданам туристские путешествия за границу;
- - иметь тесные деловые отношения с международными перевозчиками (авиа- и автотранспорт, железнодорожный и водный транспорт) для обеспечения проезда своих туристов на международных рейсах;
- - иметь надежные партнерские отношения с иностранными туроператорами по приему, способными обеспечить визовую поддержку и качественное обслуживание принимаемых иностранных туристов;
- - владеть необходимой информацией об условиях туристских путешествий в разные страны.

Функциями туроператора являются:

1. Изучение потребностей потенциальных туристов на туры и туристские программы.
2. Составление перспективных программ обслуживания, туров и апробация их на рынке с целью выявления соответствия потребностям туристов.
3. Взаимодействие с поставщиками услуг на туры на договорной основе с:
 - гостиницами – на предоставление туристам мест проживания;
 - предприятиями питания – по предоставлению туристам питания;
 - транспортными предприятиями, фирмами и компаниями – на предоставление транспортного обслуживания туристов;
 - экскурсионными фирмами, музеями, выставочными залами, парками и прочими заведениями – по предоставлению туристам экскурсионного обслуживания;
 - фирмами, оказывающими различные бытовые услуги, - на соответствующее обслуживание туристов;
 - администрацией спортивных сооружений – на возможность для туристов пользоваться спортивными сооружениями;
 - менеджерами шоу, кино, видео, театральных предприятий – на посещение их туристами;
 - дирекциями заповедников, заказников, садово-парковых, охотничьих и рыболовных хозяйств – с целью обеспечения туристам отдыха и обслуживания в таковой местности;
 - местными муниципальными властями - на предмет публичных отношений своего бизнеса, ориентированного на человека и окружающую его среду (этому способствуют целевые взносы турфирм на восстановление, реставрацию памятников, дорожного хозяйства, взятие на баланс содержания отдельных памятников и другие аналогичные мероприятия);

Функциями туроператора являются:

4. Расчет стоимости тура, трансфера и определение цены с учетом рыночной ситуации. Установление тарифов и цен на свои услуги по комплектации туров разного состава, классности и др.
5. Обеспечение туристов, путешествующих по маршрутам туров, всеми необходимыми материалами рекламно-сувенирного характера, специальным снаряжением и инвентарем.
6. Подготовка, подбор и назначение на маршруты кадров, выполняющих функции контакта с туристами, координации и контроля за выполнением программ обслуживания (гидов-экскурсоводов, инструкторов, аниматоров, методистов и т. д.).
7. Рекламно-информационная деятельность для продвижения своего туристского продукта к потребителям.
8. Продвижение и реализация туров потребителям через систему турагентств.
9. Контроль за надежностью и качеством обслуживания.
10. Постоянная оперативная связь с туристами во время обслуживания, решение возникающих вопросов

№3 Турагентская деятельность

- **Турагентская деятельность** – это продолжение деятельности туроператора, но уже на розничном рынке. От имени туроператора турагент как бы завершает рыночную сделку по купле-продаже туристского продукта. Фирмы – турагенты выступают в качестве продавцов туристского продукта, сформированного туроператорами.

- Турагенты обычно получают 10% комиссионных от продажной цены туристского пакета, однако при продаже билетов и бронировании гостиниц считаются нормальными еще меньшие комиссионные – 8-9%, а при продаже дорожных чеков или иностранной валюты они берут не более 2% комиссионных. Только в редких случаях, в зависимости от цели торговли, эта цифра может дойти до 2,5%. Страховка обеспечивает турагентам около 30% комиссионных, а прокат автомашин - около 10%.

- В настоящее время турагентства могут иметь доступ к информации обо всех авиаперевозчиках и компаниях, которые распространяют свои продукты через сеть **Глобальной дистрибьютерской системы (ГДС)**. Это существенный инструмент в маркетинге международного туризма. ГДС была введена и развита большими авиакомпаниями в США в начале 70-х годов, а затем в Европе и Азии.

- Турагенты могут подключаться также к единым компьютерным системам бронирования, образованным крупнейшими авиаперевозчиками мира (например, Amadeus, Galileo, Sabre и Worldspan)

Основные различия между туроператором и турагентом

| Критерий | Туроператор | Турагент |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| По системе доходов | Туроператор покупает некоторый туристский продукт. Его прибыль формируется из разницы между ценой покупки и ценой продажи. Очень часто туроператор приобретает отдельные услуги, из которых затем формирует комплексный туристский продукт со своим механизмом ценообразования. | Турагент действует как розничный продавец, и его прибыль получается из комиссионных за продажу чужого туристского продукта. Турагент реализует туристский продукт (и отдельные услуги, например авиабилеты, номера в гостиницах) по реальным ценам туроператоров или производителей услуг. |
| По принадлежности туристского продукта | Туроператор всегда имеет запас туристского продукта для продажи. | Турагент запрашивает определенный продукт (услугу) только тогда, когда клиент проявляет покупательский интерес. |

№4 Модели гостеприимства

- **Индустрия гостеприимства** – это понятие, включающее в себя услуги по обслуживанию клиентов. Индустрия гостеприимства является собирательным понятием для многочисленных и разнообразных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей. Не существует перечня всех основных видов деятельности, которые она охватывает. Но можно выделить следующие основные направления:
 - общественное питание;
 - размещение;
 - перевозка;
 - отдых (рекреация).

Существуют четыре модели гостеприимства:

- ***1.Европейская модель***
представляется гостеприимством высокой репутации. Кроме того, европейский гостиничный рынок наиболее распространенный и развитый.

Отличительными чертами европейского гостеприимства можно назвать:

- - стремление европейских отелей к сокращению вместимости номерного фонда, что усиливает индивидуализацию обслуживания клиентов;
- - главное достоинство отелей не в роскоши, а в изысканных и стильных интерьерах, высокой репутации и известности, высококлассном обслуживании;
- - наиболее дорогие отели расположены в уникальных местах и зданиях, в исторических центрах городов;
- - традиционность и требовательность дорогих отелей по отношению к постояльцам;
- - автоматизация европейских отелей не заменяет личностных отношений с постояльцем;
- - сильнее где бы то ни было, в Европе выражена гостиничная сегрегация, которая приводит к тому, что постоялец дорогого отеля никогда не столкнется в холле с постояльцем другого социального статуса;
- - вместе с тем, европейский гостиничный рынок отличается диверсифицированностью предложения – от дешевых придорожных гостиниц до крайне дорогих элитных отелей.

Kempinski Hotel Gravenbruch Frankfurt 5 *





- **Описание** Этот 5-звездочный отель расположен в центре города, в Neu Isenburg и был создан в 1967 году. Он находится в нескольких минутах езды от Города Франкфурта и ближайший вокзал-Sudbahnhof. В Отеле есть 3 ресторана, 2 бара, Конференц-зал, кафетерий, закрытый плавательный бассейн, открытый плавательный бассейн и фитнес центр/спорт. зал. Все 284 номера оборудованы мини-бар, Фен, Сейф, гладильная установка и кондиционирования воздуха.

2. Азиатская модель гостеприимства

- противоположна европейской, что отражается в любви азиатов к роскоши, показному богатству, гигантизму. Именно в Азии находятся самый высокий (Шанхай), самый вместительный (Бангкок) и самый роскошный (Дубаи) отели мира. Если в Европе категория гостиницы обратно пропорциональна ее вместимости, то в Азии наоборот.
- Отличительными чертами азиатских отелей класса люкс являются:
 - - наиболее удачное месторасположение;
 - - большая площадь номеров и общественных помещений;
 - - большая вместимость;
 - - роскошь и богатство интерьеров и особенно экстерьеров отелей;
 - - невысокая (по сравнению с Европой) стоимость и доступность услуг;
 - - возможность пользования разнообразной инфраструктурой и дополнительными услугами;
 - - широкое распространение систем обслуживания «All inclusive» и «Ultra all inclusive».

Отели Дубая с собственным пляжем



Jumeirah Beach Hotel 5* (Оаэ, Дубай)



Jumeirah Beach Hotel 5* (Оаэ, Дубай)



3. Американская модель гостеприимства

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

The New York Palace Hotel 5*



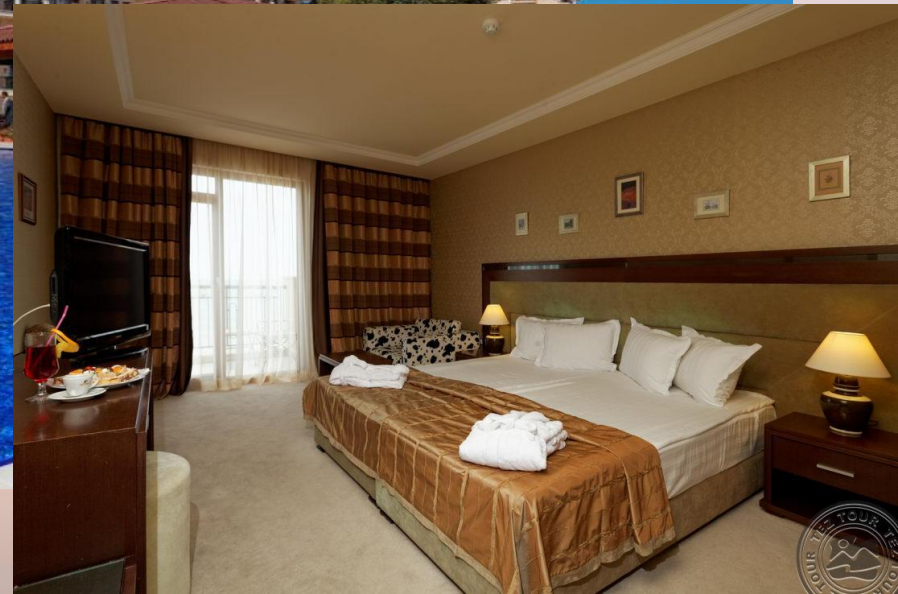
The New York Palace Hotel 5*



4. Восточно-европейская модель гостеприимства

- выделяется отдельно от европейской по причине наличия большой доли постсоветских предприятий гостиничной индустрии, а также, как в американской модели, соседством отелей, типичной как для европейской, так и для азиатской моделей.
- С другой стороны, современный этап развития гостиничного рынка на постсоветском пространстве Европы характеризуется строительством новых средств размещения, типичных как для Европы, так и для Азии.

Отель ADMIRAL 5* Болгария



№5 Классификация средств размещения

Средства размещения подразделяются на две группы:

а) коллективные средства размещения – предприятие, которое имеет единый аппарат управления и постоянно предоставляет посетителям услуги по размещению и проживанию в номерах (число номеров обязательно должно быть более десяти);

б) индивидуальные средства размещения, к которым относятся квартиры, комнаты в квартирах, дома, сдаваемые в аренду.



Коллективные средства размещения подразделяются на два больших подвида:

- **1) предприятия гостиничного типа** – здания, в которых количество номеров превышает 100. У предприятий гостиничного типа имеются следующие существенные различия:
 - а) размер (меньше 100 номеров, от 100 до 300 номеров, свыше 300 номеров);
 - б) отели класса люкс, отели первого класса и отели эконом-класса в зависимости от уровня и качества обслуживания;
 - в) тип управления;
- **2) специализированные предприятия** – объекты, специализирующиеся не просто на размещении клиентов, а выполняющие еще какую-либо другую специализированную функцию.

- **Выделяют следующие специализированные средства размещения:**
- заведения, предназначенные для оздоровления своих постояльцев (санатории, профилактории);
- дома отдыха, лагеря труда и отдыха, туристические, спортивные базы, базы отдыха;
- туристические стоянки;
- транспорт как наземного, так и водного типа, приспособленный под средства размещения для ночлега;
- кемпинги.

| Критерий | Виды гостиниц |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| В зависимости от формы собственности (Молдова) | <ul style="list-style-type: none"> - в муниципальной собственности; - в частной собственности; - ведомственные; - смешанной собственности; - принадлежащие общественным организациям; - созданные с привлечением иностранного капитала. |
| В зависимости от формы собственности (за рубежом) | <ol style="list-style-type: none"> 1) кондоминиумы – гостиничные комплексы, помещения и номерной фонд в которых продан индивидуальным владельцам, проживающим или сдающим в аренду эти помещения отдыхающим; 2) таймшерные (выкупается не номерной фонд, а долгосрочное право на отдых в отеле или в цепи отелей). |
| В зависимости от цены за номер | <ul style="list-style-type: none"> ▪ бюджетные; ▪ эконом-класса; ▪ средние; ▪ первоклассные; ▪ апартаментные; ▪ фешенебельные. |
| По уровню комфорта | <ul style="list-style-type: none"> • общая характеристика всех имеющихся номеров (площадь номеров, количество одноместных, многокомнатных номеров); • техническое состояние мебели, инвентаря; • наличие и обстановка в ресторанах, кафе, барах; • архитектурное и техническое состояние зданий; • обустройство как гостиничной территории, так и прилегающей; • техническое оснащение номеров и всей гостиницы в целом; • дополнительные услуги. |
| В зависимости от вместимости | <ul style="list-style-type: none"> - малых размеров (до 100 номеров); - средних размеров (от 100 до 300 номеров); - больших размеров (от 300 до 1000 номеров); - гигантских размеров (более 1000 номеров). |
| В зависимости от продолжительности работы | <ul style="list-style-type: none"> ✓ круглогодичные; ✓ двухсезонные; ✓ односезонные. |
| В зависимости от предоставляемого питания | <ul style="list-style-type: none"> - полный пансион (размещение и трехразовое питание); - размещение и только завтрак. |
| В зависимости от продолжительности пребывания гостей | <ul style="list-style-type: none"> - рассчитанные на длительное пребывание гостя; - рассчитанные на небольшую продолжительность пребывания гостя. |
| В зависимости от функционального назначения | <ol style="list-style-type: none"> 1) целевые гостиницы, в т. ч. гостиницы делового назначения; гостиницы для отдыха; 2) транзитные гостиницы, предназначенные для кратковременных остановок (мотели, привокзальные гостиницы); 3) гостиницы, предназначенные для постоянного проживания. |
| В зависимости от типа конструкции и материала, используемого для постройки | <ul style="list-style-type: none"> - каркасные; - монолитные; - блочные. |

В настоящее время во всем мире используется следующая типология ГОСТИНИЦ:

1. **Отель.** Один из типов предприятия. Обычно располагается в большом городе. Отель предлагает широкий круг услуг, предоставляемый большим штатом обслуживающего персонала
2. **Отель-люкс.** Предприятие, расположенное в центре города и имеющее небольшое число номеров. В основном располагается в центре крупного города с развитой экономикой. Характеризуется наличием хорошего персонала, который может удовлетворить потребности самого требовательного гостя. Цена номера, как правило, очень высока, так как гостиница предоставляет все возможные виды обслуживания.

- **3. Гостиница среднего класса**, предприятие, располагающееся в центре города или городской черте, по вместимости больше отеля-люкс (400–2000 мест). Включает достаточно большой перечень услуг, от чего и цены не ниже отеля-люкс. Предназначена для размещения бизнесменов, индивидуальных туристов, участников конгрессов, конференций. Высококвалифицированный персонал выполняет все виды услуг.
- **4. Отель-курорт** (курортная гостиница) располагается в курортной местности, вблизи озер, гор, океанов и т. п. Предлагает полный набор услуг, в том числе здесь даже можно получить комплекс специального медицинского обслуживания и диетического питания.
- **5. Частная гостиница**. По вместимости она небольших размеров, располагается в пригородных и сельских местностях. Такие гостиницы еще называют «ночлег и завтрак», потому что в обслуживание, как правило, входит завтрак и ранний ужин в домашней обстановке. Услугами подобных гостиниц часто пользуются коммерсанты и маршрутные туристы, стремящиеся к домашнему уюту.

- 6. Гостиница-апартамент – от небольших до средних размеров, вместимостью до 400 мест. Располагается в больших городах с большим количеством приезжих граждан. Они похожи на гостиницы квартирного типа, используются как временное жилье. Предназначена для семейных туристов и бизнесменов, коммерсантов, останавливающихся на длительный срок. Цена зависит от времени проживания. Средний уровень обслуживания (самообслуживание).
- 7. Мотель. Гостиницы данного типа, как правило, располагаются вне города, у магистралей, это средние предприятия, вместимостью до 400 мест. Из-за небольшого количества персонала для таких гостиниц характерен средний уровень обслуживания. Численность персонала небольшая.
- 8. Гостиница эконом класса. Предприятие средней вместимости, примерно 150 мест. Располагается неподалеку от автомагистралей, в сельской или пригородной местности. Такой тип гостиницы обладает ограниченным набором услуг, для них характерно простое и быстрое обслуживание. Основной контингент – бизнесмены и индивидуальные туристы (путешественники), желающие сэкономить на проживании.

- 9. Флайтель – это аэрогостиница, или, как ее еще называют, «летающий отель». Крайне редкий, дорогостоящий и немногочисленный тип гостиниц. Оборудован взлетно-посадочной площадкой.
- 10. Флотель – большая плавающая гостиница, ее еще называют «курортом на воде», предоставляющая туристам первоклассный отдых. Гостиница предлагает комфортабельные номера, большое количество услуг, такие как оснащение для подводного плавания, бассейн, водные лыжи, библиотеки, тренажерные залы, подводное плавание и подводная охота. Номера комфортабельны, оснащены телефонами, факсами, телевизорами и т. п.
- 11. Апартамент-отель состоит из нескольких квартир, цена которых не зависит от числа проживающих в них гостей. Основан на самообслуживании (гости сами готовят еду).
- 12. Гостиничный двор имеет простое обслуживание. Обязательно есть ресторан или бар.
- 13. Бунгало – малое строение из легких материалов, предназначенное для размещения туристов.
- 14. Кемпинг – места для ночлега, часто в палатках или летних домиках. Клиенты – авто-, мото-, велотуристы.

- 15. Ротель – передвижная гостиница, состоящая из специализированных вагончиков, имеющих несколько отделенных друг от друга отсеков, оснащенных спальными креслами. В отсеках также имеются раздевалка, холодильник, туалет.
- 16. Ботель – небольшая гостиница, расположенная на воде. Представляет собой переоборудованное плавательное судно.
- 17. Акватель – неподвижный корабль, не пригодный для использования по прямому назначению и используемый в качестве отеля.

- На сегодняшний день имеется около 30 различных систем классификации гостиниц. В каждой стране, как правило, свои стандарты, основанные на культурных и национальных особенностях.
- Наиболее распространенные классификации:
- 1) звездочная система. Гостиницы разделяются на категории от одной до пяти звезд. Чем больше звезд, тем больше услуг предоставляет гостиница;
- 2) буквенная система. Гостиницы делятся на четыре категории, обозначаемые буквами А, В, С, D;
- 3) система корон (или ключей);
- 4) балловая индийская система. Баллы даются экспертной комиссией.

Во многих зарубежных странах, как и в Молдове, применяется звездочная система классификации гостиниц:

- 1. Однозвездочная гостиница. В таких гостиницах в основном останавливаются самостоятельные путешественники. Туристические фирмы почти не предлагают такие гостиницы для размещения. Данные гостиницы обычно располагаются на окраине или рядом с центром. Это, как правило, очень маленький отель (на шесть – десять номеров), который обслуживает одна семья. Здесь не предполагается питание.
- 2. Двухзвездочная гостиница. Такие гостиницы турфирмы предлагают, когда туристу нужны только постель и завтрак. Иногда уровень двух звезд подразумевает наличие удобств (душа и телевизора). Завтрак обычно присутствует.
- 3. Трехзвездочная гостиница. Такие гостиницы – оптимальный выбор для большинства постоянно путешествующих. Они являются самыми распространенными во всем мире. Номера таких гостиниц оборудованы всеми удобствами (телефоном, телевизором, возможно, мини-баром). Сервис гостиниц различных стран мира может значительно отличаться друг от друга.
- 4. Четырехзвездочная гостиница. Это гостиницы с высоким уровнем сервиса. Они отличаются повышенным уровнем комфортности и удачным месторасположением. В основном они находятся в центре города. В гостиницах такой категории, как правило, оказывается множество дополнительных бесплатных услуг. Возможность неограниченного посещения тренажерного зала, бассейнов. В четырехзвездочной гостинице номер выглядит, как обычная жилая комната со стандартной бытовой техникой.
- 5. Пятизвездочная гостиница – это город с необходимой для жизни инфраструктурой. В таких гостиницах есть несколько ресторанов, баров, ночной клуб и магазины, а также парикмахерские и прачечные, фитнес– и бизнес-центры, бассейны и косметические кабинеты. В номерах пятизвездочной гостиницы должен быть полный набор необходимых косметических средств в ванной, тапочки перед кроватью, мини-бар, телефон, цветной телевизор, кондиционер и другие предметы роскоши, облегчающие быт.

- **В Греции буквенная система классификации:** А, В, С, D. Категория А соответствует четырехзвездочной гостиницы, категория В – трехзвездочной, С – двухзвездочной, категория D – гостинице высшей категории. Для Великобритании характерна система «корон», которая считается наиболее правильной. Эта классификация была предложена Ассоциацией британских турагентов. На фасадах гостиниц изображены не звезды, а короны. Чтобы узнать категорию гостиницы, необходимо от общего числа корон отнять одну:
 - 1) бюджетные гостиницы (одна корона), они располагаются в центральной части города и имеют минимум удобств;
 - 2) гостиницы туристического класса (две короны) располагают баром и рестораном;
 - 3) гостиницы среднего класса (три короны) имеют высокий уровень обслуживания;
 - 4) гостиницы первого класса (четыре короны);
 - 5) гостиницы высшей категории (пять корон) имеют уровень обслуживания и проживания экстра-класса.

Существуют различные критерии, которые учитываются при классификации гостиничных номеров:

- 1) количество мест в номере. Бывают номера одно-, двух-, трехместные и т. д. В двухместном номере одновременно могут проживать два гостя. Двухместный номер может иметь две кровати, которые могут стоять либо рядом друг с другом, либо отдельно друг от друга, или иметь одну двуспальную кровать, которая предназначается для супружеских пар;
- 2) количество комнат в номере. Номер может состоять из одной, двух, трех комнат;
- 3) в зависимости от назначения бывают:
 - а) номера бизнес-класса. Их клиентами являются лица, пребывающие в деловых поездках и командировках. Отличием этих номеров от других является то, что они содержат такие обязательные атрибуты кабинета, как рабочий стол, телефон, факс, компьютер;
 - б) номера-апартаменты. Состоят из двух, трех, четырех комнат. В таких номерах обычно размещаются семейные пары на долгий срок пребывания. Номера имеют кухню;
 - в) номера экономического класса. Предназначены для различного контингента гостей. Имеют скромное убранство и минимальный набор необходимых удобств (кровать, тумбочки, стол, стулья, шкаф). За пределами номера находятся душ, ванная, туалет, холодильник, телевизор. Такие номера имеют невысокую цену;
 - г) люкс-апартаменты - самая дорогая категория номеров, состоят не менее чем из трех комнат.
- Существуют дополнительные услуги, предоставляемые отелями (стирка, доставка в

| Вид номера | Описание |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Сьюит | Площадь не менее 75 м2. Состоит из трех и более жилых комнат. Отличительной особенностью такого номера является наличие нестандартно широкой двуспальной кровати (200×200 см) и дополнительного гостевого туалета. |
| Апартамент | Имеет от двух и более жилых комнат, площадью не менее 40 м2. |
| Люкс | Имеет площадь не менее 35 м2, предназначен для проживания одного-двух человек. |
| Студия | Имеет площадь не менее 25 м2, и как следствие, однокомнатный. В нем могут проживать от одного до двух человек. Планировка номера позволяет использовать свободное пространство как кабинет или столовую. |
| Номер первой категории | Состоит из одной жилой комнаты. В комнате находятся одна или две кровати, есть санузел. В номере могут проживать как один, так и два человека. |
| Номер второй категории | Состоит из одной жилой комнаты с одной-двумя кроватями. В нем могут проживать один или два человека. Санузел в таком номере, в отличие от номера первой категории, неполный. |
| Номер третьей категории | Состоит из одной жилой комнаты, где количество кроватей зависит от числа проживающих. Санузел неполный. |
| Номер четвертой категории | Состоит из одной жилой комнаты, имеющей количество кроватей в зависимости от числа проживающих. В номере имеется умывальник. |
| Номер пятой категории | Также имеет одну жилую комнату, имеющую количество кроватей в зависимости от числа проживающих. Умывальник располагается в коридоре. Номер предназначен для проживания двух человек. |
| <i>Европейская классификация номеров</i> | |
| Extra bed | номер с одной большой кроватью, предназначенной для семейной пары. |
| Double twin | номер, имеющий две кровати. |
| Triple | номер с двумя кроватями и диваном, на котором может спать ребенок. |
| Single | номер таких же размеров, как и double twin, но с одной кроватью. |
| Unior suite | двухместный однокомнатный номер, имеющий улучшенную планировку. |
| De luxe | такой же номер, как и Unior suite, но с более дорогой обстановкой. |
| Suite | номер, который имеет гостиную и спальню с дорогой мебелью и оборудованием. |
| Business | просторный номер, оснащенный компьютером и факсом, необходимыми для работы бизнесмена. |
| Family studio | семейный номер, имеющий две смежные комнаты. |
| President | это самые дорогие номера в гостинице, так как они имеют несколько спален, рабочий кабинет и, как правило, два или три туалета |

№6 Организация общественного питания

- Общественное питание (торгово-производственная деятельность) – вид торговли, включающей производство, переработку, реализацию, организацию потребления продуктов питания с оказанием либо без оказания сопутствующих услуг населению.
- Общественное питание осуществляется торговыми организациями, индивидуальными предпринимателями, специализирующимися на оказании услуг общественного питания, либо иными организациями, имеющими в своем составе соответствующие структурные подразделения.
- Общественное питание осуществляется через торговые объекты общественного питания, которые подразделяются на типы (столовая, ресторан, кафе, бар, кафетерий, закусочная и т. п.).

Типы предприятий общественного питания:

- **1. Ресторан.**
- Ресторан является наиболее комфортабельным предприятием питания. Это объект общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, вино-водочные, табачные и кондитерские изделия, покупные товары с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией досуга.
- Обслуживание в ресторанах осуществляется высококвалифицированными официантами.

- **Рестораны могут иметь определенный класс** (люкс, высший, первый). В зависимости от категории установлены требования к ресторанам по материально-техническому оснащению (мебели, посуде, столовому белью и приборам), оформлению интерьера зала, рекламы, ассортименту (удельному весу заказных и фирменных блюд в меню).
- Рестораны классифицируются:
 - - по ассортименту реализуемой продукции (рыбный, пивной, с национальной кухней или кухней зарубежных стран);
 - - по месту расположения (при гостинице, вокзале, в зоне отдыха, вагон-ресторан и т. д).
- **Рестораны можно разделить на две большие категории: полносервисные и специализированные.**
- Среди других категорий можно указать на рестораны *быстрого обслуживания*, рестораны, *специализирующиеся на банкетах*, рестораны *для особых случаев*, *повседневные*, *национальные* и т.д.

Типы предприятий общественного питания:

- **2. Бар.**
- Бар – это специализированный объект общественного питания с барной стойкой, реализующий различные напитки: смешанные, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные; закуски, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары. Он предоставляет посетителям максимальный уровень комфорта. Бары могут функционировать как самостоятельные объекты или при других объектах питания (например, ресторанах).
- Бар может специализироваться:
 - - по ассортименту реализуемой продукции или способу её приготовления (пивной, молочный, гриль-бар, коктейль-бар, коктейль-холл, винный, кофейный),
 - - по специфике обслуживания посетителей (видео-бар, караоке-бар, варьете-бар) Обычно им присваивается категория (люкс, высшая или первая).
Обслуживание в барах производится барменами или официантами.

Типы предприятий общественного питания:

- **3. Столовая.**
- Столовая – это объект общественного питания, предназначенный для приготовления и реализации с потреблением на месте разнообразных по дням недели завтраков, обедов, ужинов, а также отпуска их на дом. Таким образом, характерным признаком столовых является наличие в меню полного рациона питания. Для обслуживания потребителей в них применяется самообслуживание. Могут использоваться комплексные меню.
- Может функционировать столовая-раздаточная, предназначенная для реализации кулинарных изделий и покупных товаров, получаемых от других объектов общественного питания.
- Столовые классифицируются:
 - - по ассортименту реализуемой продукции (общая и диетическая);
 - - по месту расположения (общедоступные или по месту работы, учебы);
 - - по обслуживаемому контингенту (работники предприятия, студенты, учащиеся, пациенты).

Типы предприятий общественного питания:

- **4. Кафе.**
- Кафе – это объект общественного питания по организации питания и досуга потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента кулинарной продукции. В зависимости от ассортимента реализуемой продукции кафе делятся на предприятия общего типа и специализированные.
- Кафе общего типа – это объект общественного питания с широким ассортиментом горячих и холодных напитков, хлебобулочных и кондитерских изделий, блюд и кулинарных изделий несложного приготовления, кисломолочных продуктов. Как правило, им присваивается высшая, первая или вторая категория. Требования, предъявляемые к кафе общего типа соответствующих категорий. В их меню должны присутствовать заказные и фирменные блюда.
- Специализированные кафе создаются:
 - - по ассортименту реализуемой продукции (кафе-кондитерская, кафе-мороженное, кафе-молочное);
 - - по специфике контингента посетителей (детское, молодежное).

Типы предприятий общественного питания:

- **5. Закусочная.**
- Закусочная – это объект общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления из определённого вида сырья, предназначенный для быстрого обслуживания потребителей промежуточным питанием. В основном все закусочные специализированные, относятся к предприятиям первой или второй категории, в них применяется самообслуживание, за исключением шашлычных, где обслуживание производится официантами.
- Можно выделить такие виды специализированных закусочных как шашлычная, котлетная, сосисочная, пельменная (вареничная), пирожковая, блинная, чайная, пиццерия, пышечная (пончиковая), чебуречная, бутербродная, рюмочная и др. К виду закусочных относится «бистро».
- Особенности закусочных в том, что они работают преимущественно на полуфабрикатах, имеют узкий ассортимент и являются небольшими по размеру. В них используется как обычная мебель, так и высокие столы для еды стоя. Если закусочной присвоена первая категория, то в меню включаются заказные и фирменные блюда. В закусочных может применяться разовая посуда.