



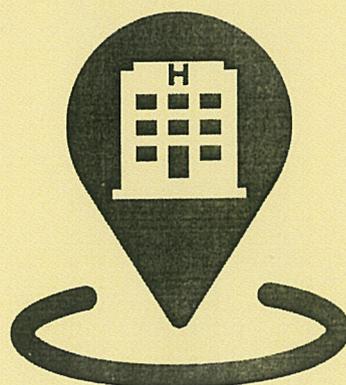
*Ю.Г. АСТАХОВА, Т.В. БОЛЬШУНОВА*

# ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

для студентов всех форм обучения направления

43.03.02 «Туризм»



2022

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛИПЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Ю.Г. Астахова

Т.В. Большунова

## ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

### УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

для студентов всех форм обучения  
направления 43.03.02 «Туризм»

*Рекомендовано УМС ЛГТУ в качестве учебного пособия для студентов  
ЛГТУ, обучающихся по направлению подготовки ВО 43.03.02 «Туризм»,  
направленность подготовки  
«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»*

Липецк

Липецкий государственный технический университет

2022

ББК У432.1я7

А91

**Рецензенты:**

кафедра государственной, муниципальной службы и менеджмента

Липецкого филиала Российской академии народного хозяйства

и государственной службы при Президенте РФ;

Т.В. Корякина, канд. экон. наук, доц., зав. кафедрой менеджмента

и общегуманитарных дисциплин Липецкого филиала

Финансового университета при Правительстве РФ

**Астахова, Ю.Г.**

А91 Гостиничное дело : учебное пособие для студентов всех форм обучения направления 43.03.02 «Туризм» / Ю.Г. Астахова, Т.В. Большунова. – Липецк : Изд-во Липецкого государственного технического университета, 2022. – 65 с. – Текст : непосредственный.

ISBN 978-5-00175-098-7

Учебное пособие соответствует рабочей программе дисциплины направления 43.03.02 «Туризм» и предназначено для формирования у студентов знаний и умений, необходимых для выполнения организационно-управленческой и сервисной деятельности в гостиничных и туристических комплексах.

Ил. 9. Библиогр.: 22 назв.

ББК У432.1я7

ISBN 978-5-00175-098-7

© ФГБОУ ВО «Липецкий  
государственный технический  
университет», 2022

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ.....   | 4  |
| ГЛАВА 1. ГОСТЕПРИИМСТВО: ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА.....   | 5  |
| 1.1. Гостеприимство как социально-культурный феномен.....                                   | 5  |
| 1.2. Мировые традиции гостеприимства.....   | 9  |
| 1.3. Индустрия гостеприимства: история возникновения.....                                   | 14 |
| ГЛАВА 2. СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА.....   | 41 |
| 2.1. Международная классификация гостиниц.....  | 41 |
| 2.2. Система классификации гостиниц в РФ.....   | 47 |
| ГЛАВА 3. СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМ<br>ПРЕДПРИЯТИЕМ.....                              | 52 |
| 3.1. Организация деятельности гостиничного комплекса.....                                   | 52 |
| 3.2. Основные подразделения гостиничного комплекса:<br>характеристика, функции, состав..... | 55 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....   | 61 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....   | 62 |

## ВВЕДЕНИЕ

Гостиничное хозяйство – это динамично развивающаяся отрасль современной туристической индустрии. Комфортабельная, удовлетворяющая потребности туристов гостиничная база служит отправной площадкой для развития туризма. В связи с этим особое значение приобретают вопросы подготовки квалифицированных специалистов в сфере гостиничного дела.

В XXI в. концепция отелей существенно изменилась, подстраиваясь под новые потребности общества. Современные гостиницы из средств размещения и питания превратились в центры досуга, оздоровления, проведения деловых встреч. Сегодня гостиничное предприятие удовлетворяет различные социально-культурные потребности клиента: потребность в получении информации удовлетворяется предоставлением доступа к интернету, телевидению; потребности в рекреации и развлечении – наличием SPA-зоны, анимационными программами; потребности в получении необычных, ярких впечатлений – появлением нетрадиционных средств размещения, разнообразным ассортиментом дополнительных услуг и пр.

Учебное пособие соответствует рабочей программе дисциплины направления 43.03.02 «Туризм». Основная цель данного пособия – раскрыть особенности становления и развития гостиничного дела в контексте развития туризма; показать основы ведения гостиничного хозяйства, ориентированные на современные тенденции развития мировой сферы услуг; сформировать у студентов знания и умения, необходимые для выполнения организационно-управленческой и сервисной деятельности в гостиничных и туристических комплексах.

Учебное пособие содержит иллюстративный материал, библиографический список, контрольные вопросы к каждой главе.

## ГЛАВА 1. ГОСТЕПРИИМСТВО: ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА

### *1.1. Гостеприимство как социально-культурный феномен*

Понятие «гостеприимство» является одним из основополагающих в сфере туризма. Современному человеку часто приходится покидать место своего основного пребывания. Представители социологии, этнографии, культурологии, философии неоднократно обращались к анализу разнообразных практик гостеприимства в их исторической и культурной обусловленности.

В различных толкованиях гостеприимства авторы делают акценты на экономическом, социально-культурном, философском аспекте данного феномена. Мы в пособии будем отталкиваться от следующего определения: «гостеприимство – это универсально распространенный общественный институт, обеспечивающий гостю прием и заботу» [18, с. 39].

Культурную вариативность можно обнаружить и в этимологии самого термина гостеприимство. Например, французское слово *hospitalité* в истории обозначало практику приема паломников и беженцев, тогда как этимологически родственное русское слово «гость» исторически обозначает купца; соответственно развитие этой общей лексемы на французской почве породило слова *hôpital* и *hospice*, позднее заимствованные русским через посредство других языков, – «госпиталь» и «хоспис», тогда как собственно на русской почве возник «гостинный двор». В первом случае «гость» рассматривается как слабый, возможно, больной человек, нуждающийся в помощи и убежище, во втором – как состоятельный, равный или даже более богатый участник торгового обмена» [9, с. 9].

В русском языке гостеприимство понимается как «радушное отношение к гостям», «любезный приём гостей, хлебосольство», то есть гостеприимство понимается как качество характера человека; как процесс, включающий «приём, угощение, развлечение гостей»; как «собирательное

понятие, которое соотносится с разнородной совокупностью предметов и понятий различного типа», обозначающих радушие, хлебосольство, приверженность традициям, типы еды и питья – и представляет собой знаковое образование [10, с. 123].

В Древнем мире гостеприимство часто принимало черты международного правового института защиты чужаков-торговцев. Наиболее известна древнегреческая проксения: «соглашение о гостеприимстве между государством и частным лицом – гражданином другого государства, которому данное лицо принимало на себя защиту интересов иностранного государства, оказание покровительства его гражданам на своей родине. В свою очередь, государство за оказываемые услуги предоставляло лицу (проксену) различные права и привилегии в своей стране» [18, с. 98]. По мере расцвета путешествий и торговли на первый план стали проступать прагматические основания для гостеприимного отношения к чужестранцу, а именно – надежда встретить ответный радушный прием.

В Средние века гостеприимство приобрело другую функцию – повинность нижестоящих определенное время содержать вышестоящих и их гостей. Например, на Северном Кавказе феодально-зависимые крестьяне кормили и обслуживали челядь гостя своего феодала, а сами феодалы подолгу гостили у вассалов. Развитие путешествий стимулировало оформление гостеприимства как социального института, сначала как церковного (создание «странноприимных домов» – хосписов), а позже как торгового (индустрия приёма).

В современную эпоху гостеприимство не имеет правовой регламентации и подход к нему часто существенно различается. Например, сельские жители более радушно примут нежданного гостя, чем городские. Однако в целом требование заботы о госте прочно удерживается всеми народами как одна из ценнейших традиций повседневной культуры. Рассматривая феномен гостеприимства, американский исследователь Дж. Уокер пришел к выводу, что для выживания в разомкнутом мире человек

должен либо уничтожить «чужих», либо стать «своим среди чужих», то есть быть допущенным к временному пребыванию в этом пространстве теми, для которых оно является замкнутым, и получить их поддержку и помощь в обмен на гарантию такого же отношения к себе, когда они окажутся на вашей территории. Это и есть гостеприимство.

Итак, гостеприимство как один из древнейших социальных институтов эволюционировал, пройдя путь от гостеприимства как философии взаимности к гостеприимству как сервису за вознаграждение.

Изначально обряды встречи и гостеприимства включали в себя ряд последовательных действий, порядок осуществления которых строго соблюдался: «остановка, ожидание, переход, вход, включение». Этнограф Арнольд Геннеп в своей работе «Обряды перехода» (1909) подробно описал схему, состоящую из трех стадий: отделения, промежутка, включения (обряды «прелиминарные», «лиминарные», «постлиминарные»).

*Прелиминарные обряды* – отделение гостя от прежнего мира (отделение);

*Лиминарные обряды* – гость уже не принадлежит своему пространству, но он еще и не часть принимающего его сообщества (переход, промежуток);

*Постлиминарные обряды* – приобщение, включение иноземца в новый мир, после чего он должен восприниматься как «свой» (включение);

*Сублиминарные обряды* – вывод гостя из «своего» пространства и проводы его обратно в «чужой» мир (исход).

К прелиминарным обрядам относятся следующие: гость должен снять головной убор, верхнюю одежду, обувь, умыться, привести себя в порядок и т.д. Цель – адаптировать пришельца к домашним нормам. Примечательно, что особенное внимание в ритуалах прихода уделяется снятию тех предметов одежды и снаряжения (обувь, посох и сумка, шапка и пояс), которые несут обережную (охранительную) функции. Снятие их обозначает и снятие прежнего социального статуса, а вместе с ним и дорожной настороженности – нужды в покрове-защите.

Лиминарные обряды призваны подготовить обе стороны к дружественному доверительному общению. Сюда относятся: торжественный вход, вербальные формулы приветствия, жесты приветствия (обмен рукопожатиями, поцелуями, подарками, соприкосновение носами). Приглашение к столу означало готовность вошедшему предоставить статус гостя. За столом самое почетное место – красный угол, под иконами. Приезжие клали к божнице узелок с землей, привезенной с родины.

Постлиминарные обряды – включение чужаков в социум – предполагали ряд различных действий, таких как: совместная трапеза, подношение соли, распитие напитков, связывание гостя и хозяина веревкой или поясом и даже временное усыновление или удочерение, а также выполнение перед домашними божествами предписанных обрядов. Это символически означало, что пусть и на непродолжительное время гость себя идентифицирует с данным сообществом.

К сублиминарным обрядам – обрядам исхода (возвращения или прощания) относились те, при которых, во-первых, гость должен был оставаться «своим» как можно дольше (вплоть до пересечения определенных границ обитания хозяев), чтобы он не желал навредить принимающей стороне, а во-вторых, у гостя обязательно должен сформироваться позитивный образ хозяев. Уходящий гость мыслился как своеобразный «проводник» магических сил хозяев, которые также должны были «работать» для них как оберег. Обрядовая сторона обязательно присутствовала при прощании с гостем. Так, проводились заключительные визиты, еще раз происходил обмен подарками, обязательна была совместная трапеза, «посошок», а также различные пожелания и наказания, иногда совершались жертвоприношения. Гостя, в зависимости от его социального положения, провожали некоторую часть пути.

## *1.2. Мировые традиции гостеприимства*

Совершенно очевидно, что гостеприимство – сложное явление, имеющее множество функций и допускающее различные интерпретации. Феномен гостеприимства заключается в том, что его базовые смысловые компоненты включают огромное число вариантов этнокультурных практик, различающихся формами друг от друга. Особенности практик гостеприимства различных народов мира обуславливались прежде всего исторической эпохой, в частности мировоззренческими установками, специфичными для каждой эпохи.

Наиболее ярко эти различия отразились в особенностях гостеприимства традиционного и современного типа обществ. В традиционной культуре самых разных народов прием гостя высоко ритуализован и играет значимую роль в социальной и экономической жизни. Современные реалии таковы, что некоторые народы и сегодня развиваются в рамках традиционной модели или частично сохраняют элементы традиционного мировоззрения. К таким культурам можно отнести многие народы Африки, Азии, Латинской Америки.

В то же время для индустриального и постиндустриального общества характерно более рациональное, светское мировоззрение. Среди самых передовых можно выделить страны Западной Европы и Северной Америки.

Что касается России, то она, как и ряд других стран, в силу исторических особенностей сохранила ряд базовых элементов традиционного мировоззрения, которые продолжают реализовываться в том числе и в современных практиках гостеприимства.

Помимо уровня социально-экономического развития (традиционный или современный тип общества), определенную роль в формировании вариативности форм существующих сегодня практик гостеприимства у разных народов играют особенности этнической истории каждого народа, характер происходивших между ними межкультурных взаимодействий.

В результате действия этих и некоторых других факторов и происходило формирование особенностей социокультурных практик национального гостеприимства у всех существующих сегодня народов. При этом мы можем видеть как сходство, так и различия.

Институт гостеприимства существовал в очень сходной форме у самых разных народов мира: у древних германцев и евреев, у австралийцев и арабов, индейцев и народов Севера. Поразительные совпадения в ритуале приема гостя у народов, удаленных друг от друга во времени и пространстве, конечно, не могут быть случайными, они свидетельствуют об устойчивости неких глубинных структур ритуала, его семантических мотиваций [8, с. 113].

Определенные культурные отличия можно увидеть даже в оттенках понятия гостеприимства, которые доминируют в той или иной национальной традиции. Следует отметить, что важное значение в реализации той или иной культурной модели практики гостеприимства большинства народов имела также степень чужеродности гостя. По словам А.К. Байбурина и А.Л. Топоркова, развитые формы гостеприимства обычно ориентированы на человека, прибывшего издалека, незнакомого или мало знакомого, а наиболее простые, зачаточные формы наблюдаются при приеме хорошо знакомого гостя, соседа или родственника.

До момента, пока пришелец не опознан, в традиционном обществе гость воспринимался двойственно, поскольку мог оказаться как существом, приносящем счастье, так и врагом-разрушителем. В ряде языков «гость» и «чужак» являются однокоренными словами. Русское «гость» (родственно «господин» и «господь») может относиться и к богу, а также обозначать, как указывает В.И. Даль, и «недобрых людей, незваных посетителей, воров, особенно грабителей на Волге» [12, с. 51]. Поэтому иноплеменника, чужестранца в древности нередко можно было безнаказанно ограбить или даже убить.

Отсюда проистекает один из парадоксов традиционного гостеприимства: один и тот же человек мог радушно принимать гостя в своем

доме, а потом ограбить его за пределами селения. Такие случаи неоднократно описаны путешественниками.

Ритуал гостеприимства представляет своеобразный диалог, в ходе которого и хозяин, и гость подчиняются определенному этикетному сценарию, который связывает, ограничивает их действия и в то же время позволяет достигнуть определенных целей: хозяину – достойно принять гостя, заслужив тем самым милость Бога и почет, уважение окружающих, гостю – получить пищу, приют и поддержку.

У якутов проезжий мог в любое время зайти в дом, расположиться там пить чай, варить пищу или ночевать. Даже неприятного ему человека хозяин не смеет удалить из своего дома без достаточно уважительных причин. У многих народов скотоводы не брали с собой запаса провизии, отправляясь в дальний путь: они знали, что в любой юрте их накормят и напоят, а если понадобится, то дадут лошадь или верблюда.

Классическим примером гостеприимства можно считать Кавказ. Это обусловлено военно-феодальным общественным укладом кавказских горцев, сохранностью высокоритуализованной культуры, а также географической изолированностью, способствовавшей консервации архаических черт быта. Именно право совершенно незнакомого человека остановиться в качестве гостя в любом доме и безусловная обязанность хозяина оказать ему самый радушный прием и предоставить все необходимое – вот что прежде всего характеризовало обычай гостеприимства у адыгов и других кавказских горцев. Для гостя предназначено лучшее из того, что есть в доме. На Северном Кавказе, а также в ряде других регионов, каждая семья имела специальное помещение для гостей (так называемую кунацкую.) Кабардинцы держали в кунацкой поднос с мясом, пастой и сыром, и называлось это «пища того, кто придет» [8, с. 116].

Отличительными чертами гостеприимства в традиционном обществе будут являться религиозные и сакральные составляющие, смысл которых сводится к представлению о том, что Бог в человеческом облике ходит по

земле. Каждый знакомый и тем более незнакомый посетитель мог оказаться посланником Бога или самим Богом, принявшим человеческий облик.

Соблюдение законов гостеприимства считалось в традиционном обществе одной из наиболее важных обязанностей человека, более важной, чем даже обычай кровной мести. Оно строго контролировалось обычным правом. Так, например, в Осетии за их нарушение сбрасывали со связанными руками и ногами в реку с высокого обрыва. «Кто нарушает закон гостеприимства (ачеджика), тот считается совершившим кровосмешение (амахягя)», – указывает абхазская пословица [23, с. 291].

У арабов гостеприимство – это не только обязанность, но и святой долг, известный еще с доисламских времен и органично вошедший в ислам. Современные арабы говорят: «Гость от Аллаха».

У бедуинов с незапамятных времен каждый путешественник имеет право войти в первый встретившийся шатер и рассчитывать на гостеприимство. Прежде всего, это слова приветствия, братский поцелуй или рукопожатие. Затем гостю подадут поесть, не спросив его имени и цели прихода. Человека, не оказавшего гостеприимство, презирают и осуждают как скупца, потому что: «Рука дающая лучше, чем рука берущая» [4, с. 73].

Сроки традиционного гостеприимства ограничивались обычно тремя днями. Как гласит старинная поговорка: гость в доме – три дня гость, а на четвертый – младший брат. Три дня велел оказывать гостеприимство пророк Мухаммед. А 8 часов необходимо дать гостям для сборов» [13].

Приход гостя перестраивает обычный распорядок жизни семьи. Будничные дела прекращаются, поскольку все члены семьи (особенно взрослые) включаются в деятельность по приему гостя. Наиболее жестко было нормировано поведение домочадцев в вечернее и ночное время первых суток. У народов Северного Кавказа по этому поводу бытовала пословица: «Хороший гость приходит к вечеру». Гостю нередко говорили: «Мы до утра будем с тобой сидеть» [23, с. 201].

Тактики поведения гостя и хозяина соотнесены и предопределяют друг друга, причем они могут строиться по-разному в зависимости от ряда обстоятельств. В наиболее общем случае гость ведет себя достаточно пассивно: принимает угощение и подарки, знаки внимания, но не проявляет существенной инициативы. По мнению ученых, пассивность и неподвижность гостя соответствуют его высокому статусу.

Важнейшим элементом традиционного гостеприимства являлась совместная трапеза. Этот способ приобщить чужака к дому, сделать его «своим» существует практически у всех народов. Более того, совместная еда у многих первобытных народов понимается как главный способ установления родства: люди называют себя братьями и сестрами, родителями и детьми потому, что они едят из одного котла.

Одним из характерных атрибутов трапезы многих народов является обычай держать на столе хлеб и соль. У русских этот обычай распространился и на ритуал встречи гостей. У арабов важнейшим элементом застольного ритуала в XX в. стал кофе. Считается, что пока гость не выпьет кофе, его вообще не следует ни о чем спрашивать. Отказаться от чашки кофе – обидеть хозяина.

Изменение мировоззренческих установок людей современной цивилизации, доминирование светских, рациональных установок в значительной мере изменили понятие гостеприимства. Оно стало более стандартным и утилитарным, в его основе лежит идея материальной выгоды. Особенно это заметно в современной индустрии гостиничного гостеприимства. Единственными островками, где наряду с новыми цивилизационными, универсальными понятиями гостеприимства сохраняются остатки былых национальных традиций приема гостей, является область частного гостеприимства. Однако и здесь доминируют общие установки. Если раньше человек всегда был готов принять гостя, сегодня друзья и даже родственники должны предупредить о визите, который редко

ограничивается целым вечером. В современном гостеприимстве актуализируется главным образом коммуникативный аспект.

В большей мере национальный колорит сохраняется в странах, сохраняющих свои традиции как безусловную ценность. Поэтому современный гостиничный сервис активно включает в свою деятельность различные социокультурные практики работы с посетителями этического (этикетного) и психологического плана, которые создают видимость, иллюзию личностного контакта между работником гостиницы и посетителем. Важным аспектом такой работы является демонстрация дружелюбия, любезности, предупредительности, заботы, сердечности – всего того, что называется гостеприимством. Однако основная масса предприятий гостеприимства исходит при этом из так называемых общеевропейских понятий о гостеприимстве, что в итоге дает общий стандартизированный образ гостеприимства. На наш взгляд, дополнение общих норм и правил современного этикета элементами национального (этнического) гостеприимства позволит создавать более индивидуальные, нестандартные условия для посетителей, позволяющие видеть иные культурные «миры».

### ***1.3. Индустрия гостеприимства: история возникновения***

Развитие гостиничного дела, безусловно, связано с развитием путешествий. Еще в древности люди перемещались из одного места в другое с различными целями: религиозными, торговыми, познавательными, для участия в государственных делах и т.д.

Активными путешественниками были чиновники и купцы. Например, в Древнем Риме чиновники часто выезжали по делам и для их размещения стала складываться сеть постоянных дворов и таверн. Располагались они между собой на таком расстоянии, чтобы служивые мужи не слишком уставали в дороге, добираясь от одного постоянного двора до другого. Остановиться здесь на отдых можно было только предъявив специальный

правительственный документ, подтверждающий особый статус предъявителя.

В период расцвета Римской империи на дорогах можно было встретить купцов, учащуюся молодежь и бродячих артистов. Попины – разновидность трактира, харчевни. Обычная клиентура таких заведений – низшие классы римского общества и рабы. В попинах можно было пообщаться и поучаствовать в веселье. О специфической репутации попина говорит такой факт: если кто-либо получал повестку явиться в суд в попине или борделе, он мог заявить, что повестка была вручена в неподходящем месте и отказаться явиться. Посетители таких заведений автоматически причислялись к девиантным слоям римского общества.

Таким образом, возникла развитая инфраструктура сферы путешествий (постоялые дворы, таверны, питейные дома), которая обеспечивала путешественников всем необходимым. В период упадка Римской империи большинство предприятий гостеприимства перестали существовать, и только на исходе раннего средневековья начинается их восстановление в рамках формирования средневековой системы гостеприимства.

Большое влияние на развитие гостиничной индустрии оказали торговцы.

В Древнем мире были обширные торговые связи. Торговля велась между Египтом, Финикией, государствами Междуречья. Китай имел обширные торговые связи с Японией и Индией. В Средиземноморском регионе проходили торговые пути, связывавшие греческие города-государства и государства Передней Азии.

Первые попытки регулирования деятельности постоялых дворов и питейных домов были предприняты в Вавилоне. В законах царя Хаммурапи упоминается об ответственности держателей питейных домов: они были обязаны сообщать властям о подозрительных собраниях с целью заговора; им предписывалась ответственность за недолив при отпуске пива и вина или

разбавлении его водой. За несоблюдение этих правил провинившиеся приговаривались к утоплению.

В Древней Персии Ахеменидского периода (ок. 558 – 330 гг. до н.э.) уже существовала развитая сеть дорог. Цари часто благоустраивали уже существующие древние караванные пути или строили новые дороги. Каждые десять стадий (это около двух километров) на такой царской дороге ставились каменные столбы-указатели, на которых указывались расстояние и направление. Царские гонцы на каждой станции могли поменять лошадей. Дороги охранялись военными гарнизонами. Чтобы воспользоваться возможностями, которые предлагала царская дорога, нужно было иметь специальный документ с печатью «элам». Наличие такого документа позволяло получить продовольствие на придорожных станциях.

Средневековая Англия также внесла вклад в развитие гостиничной индустрии. Первые постоялые дворы здесь были частными домами, в которых можно было остановиться за плату, позже их содержание переросло в профессиональную деятельность. В период позднего Средневековья люди стали чаще посещать святые места, соответственно возрос спрос на средства размещения. Средневековая Европа – это эпоха расцвета «божьих странничеств», связанных с христианством. Возникает особая категория путешественников, чья цель путешествий не была связана с делами торговли и государственными нуждами, – пилигримы. Организацией приёма и размещения паломников занималась церковь. Английские постоялые дворы строились из дерева, а благородные путешественники предпочитали останавливаться в каменных замках и монастырях, которые служили более надежной защитой от нападения разбойников. Позже был издан указ о роспуске монастырей, что заставило людей пользоваться услугами постоялых дворов.

С целью избавления от болезней люди посещали местности, известные целебными водами, грязями. Целебные воды упоминаются в Библии, например Силоамская купель и священное озеро Бетседа вблизи Иерусалима.

В разных странах древних путешественников привлекали прекрасные архитектурные сооружения. Самые выдающиеся из них поражали воображение людей грандиозностью и великолепием (храм Артемиды в Эфесе, висячие сады Семирамиды в Вавилоне, Колосс Родосский, египетские пирамиды и др.).

Начиная с 2000 г. до н.э. на острове Крит шло бурное развитие торговли и мореходства. В XVII - XV вв. до н.э. цари Кносса добились главенства на острове, они занимались активным строительством дорог, связывающих Кносс с другими городами, строили «заезжие дома». «Южнее царской резиденции Кносского дворца находилась гостиница (караван-сарай)...

Стены дома были украшены фресками, на которых были изображены пейзажные сцены с куропатками и удодами... в этом Эванс видел "отель" для приезжающих в Кносс знатных чужеземных гостей» [5, с. 103].

В портовых городах активно развивалась портовая инфраструктура: таверны, портовые гостиницы. Нельзя обойти вниманием спортивные мероприятия, на которые съезжалось множество людей со всего Средиземноморья. Для них организовывалось проживание, питание и обслуживание.

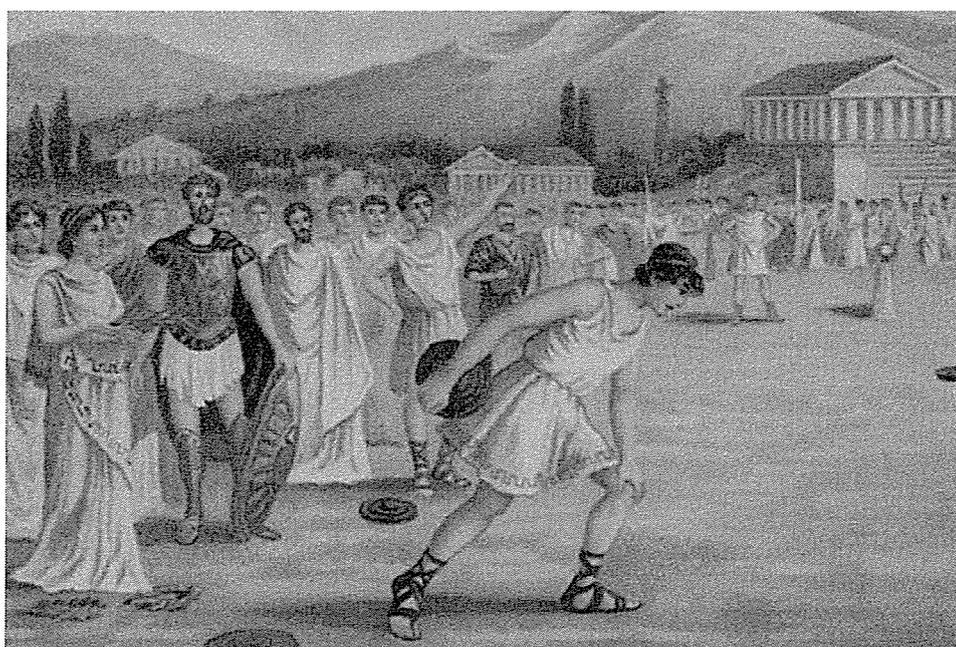


Рис. 1. Олимпийские игры в Древней Греции

Развитие путешествий на Востоке повлияло на формирование и функционирование особого типа гостиничных предприятий – караван-сарай, или ханны (*арабск.*). Их широкое распространение приходится на IX–XVIII вв. и было связано с развитием транзитной караванной торговли, ростом городов, развитием паломничества к исламским святыням и т.п. Под влиянием ислама сложилась практика, когда в караван-сараях путник мог получить кров и пищу в течение трех суток, затем неимущий мог получить пару обуви и должен был покинуть заведение или начать платить.

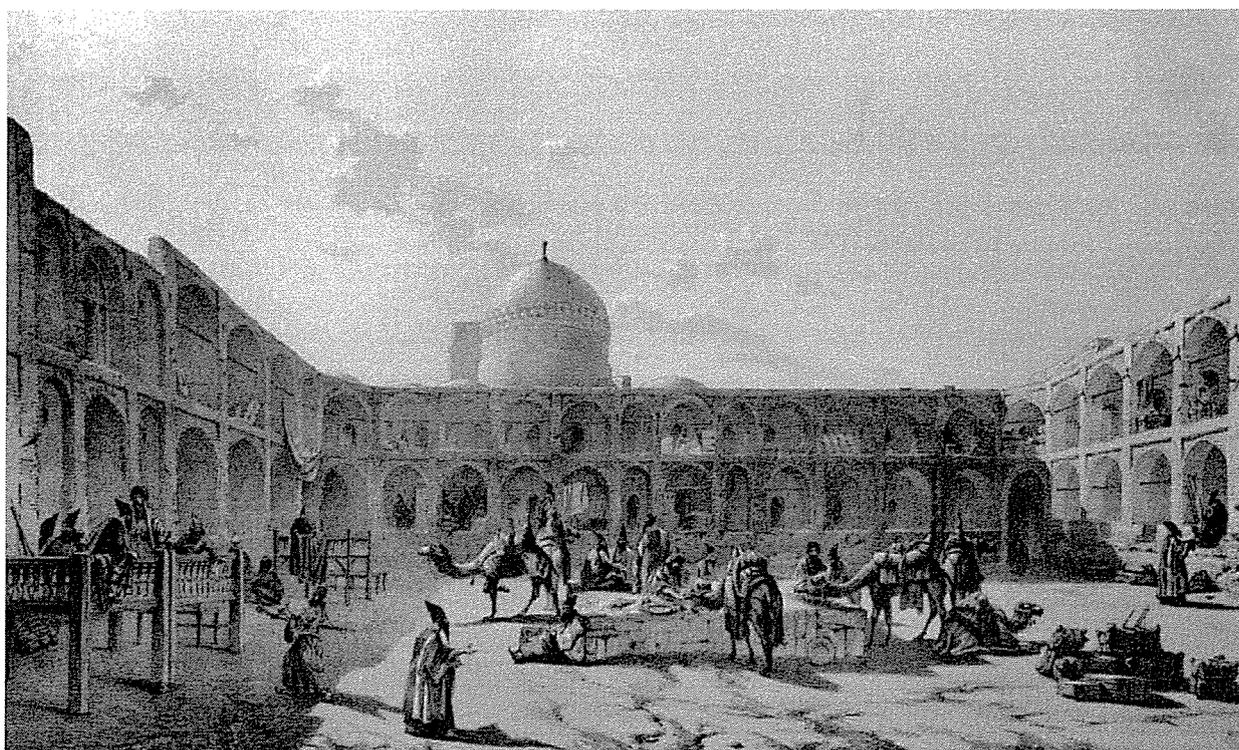


Рис. 2. Караван-сарай

Понятие «отель» зародилось в XVIII в. и произошло от латинского корня древнеримского хоспитеумса. 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. В XVIII в. он приобрел тот смысл, который имеет и по сей день.

Во Франции одним из известных отелей был отель «Морис». Его владелец Шарль-Августин Морис держал гостиницы в Кале и Париже, специализировавшиеся на приёме высокопоставленных клиентов.

В XVIII в. в Англии появляется королевская почта и перевозки по стране становятся регулярными. Вдоль дорог возникают заведения, которые называют почтовыми гостиницами.

В первой половине XIX в. происходит открытие Лазурного берега. Английские путешественники обосновываются в Каннах, строят виллы. Уже к 1870 г. в Каннах было 450 вилл и 45 отелей. Потребность высокопоставленных и знатных путешественников в роскоши и комфорте привела к появлению отелей класса люкс. Эти отели использовали последние достижения техники: лифт, канализацию, электричество и др.

В XIX в. появляются гостиницы с высоким уровнем комфорта, например «Гранд отель Швайцерхоф» в г. Интерлакене (Швейцария). Усложнение технического оснащения гостиниц, необходимость высококлассного обслуживания привели к необходимости подготовки высококвалифицированного персонала, и появляются первые гостиничные школы в Швейцарии. Первая школа была открыта Ж. Шуми в Лозанне в 1883 г.

Особая роль в развитии индустрии гостеприимства принадлежит США. В отличие от Европы, где существовали традиции размещения у родственников и знакомых, в Америке, куда ежегодно прибывало множество иммигрантов, эта практика не прижилась. Американские гостиницы колониального периода были расположены в основном в портовых городах и были построены по европейским образцам. Первый постоянный двор в английских колониях в Америке был открыт в 1607 г. В 1642 г. голландская компания DutchEastIndia открыла таверну StadtHaus. Особенность американских предприятий гостеприимства заключалась в том, что там не было ограничений в обслуживании по социальному признаку. В дальнейшем

в США шло освоение территорий, а значит – расширение географии предприятий индустрии гостеприимства.

В начале XX в. появляется новый тип отелей – отели для деловых путешественников. Идея такого отеля принадлежала Элсворту М. Статлеру. Открытие в 1908 г. Buffalo Statler ознаменовало появление нового типа отеля для бизнесменов, где за умеренную плату предлагали качественный сервис и комфорт. Именно Статлером был сформирован современный набор оснащения гостиничного номера в начале XX в. Благодаря ему в гостиничном номере появились большое зеркало, лампочки над кроватью, выключатель рядом с дверью, телефон, канцелярская бумага. Он же ввел униформу для гостиничного персонала и предложил при строительстве гостиниц размещать номера попарно, симметрично относительно вертикальных сантехнических труб, общих для этих двух номеров, что дало значительную экономию строительных затрат. Статлер также является автором лозунга «Клиент всегда прав», который и в настоящее время служит основой «научного» подхода в обслуживании.



Рис. 3. Statler Hotels

В Европе значительный вклад в развитие гостиничного дела внес швейцарец Цезарь Ритц, имя которого до сих пор носит одна из самых знаменитых и дорогих европейских гостиничных сетей, хотя сам Ритц был всю жизнь лишь наемным управляющим и не владел ни одним отелем. Из наиболее известных нововведений Ритца можно отметить появление оркестра в ресторане. Во времена Ритца оркестр играл музыку Штрауса. Музыка в ресторане удлиняла процесс еды и повышала доходы от напитков. В Grand-Hotel, обслуживая сильных мира сего, Цезарь Ритц сформулировал требования к отелю высшей категории: «Видеть все и закрывать глаза на все, слышать все и забывать услышанное, знать больше других и помалкивать об этом». Хорошо знавший королей, принцев, министров, он за всю свою карьеру не обмолвился ни словом об их частной жизни.

Швейцарец Ритц и американец Статлер были фанатиками гостиничного бизнеса. Они обращали внимание на самые, казалось бы, незначительные детали. Так, Ритц долго экспериментировал с освещением в ресторане отеля, добиваясь того, чтобы драгоценности на дамах «заиграли» (при этом в качестве манекена он использовал свою жену). А Статлер хронометрировал время наполнения водой ванны и время спуска воды в унитазе. Деятельность Статлера и Ритца способствовала тому, что посещение «высшим» обществом высококлассных гостиниц стало модным.

Период 1910–1920-х гг. в США характеризуется общим спадом в индустрии гостеприимства. Это было связано с влиянием Первой мировой войны и последующим снижением темпов гостиничного строительства.

Первая мировая война 1914–1918 гг. прервала развитие гостиничной индустрии в Европе, а неблагоприятная социально-политическая и геополитическая обстановка препятствовала развитию программ международного туризма. Возрождение гостиничной индустрии в Европе началось сразу же после войны и было связано с ростом туристских поездок. Туризм становится более массовым и ориентированным на средний класс. На географию туризма сильно влияла нестабильная политическая ситуация в

Европе. Отдых перестал быть привилегией высших кругов общества, появляется спрос на экономичное размещение, связанный с улучшением социального положения трудящихся.

В 1922 г. в США была открыта первая школа гостиничного менеджмента в Корнельском университете (Штат Нью-Йорк). Финансовую поддержку этому проекту оказал Элсворт Статлер.

В 1920-е гг. на рынок вышли ставшие известными гостиничные компании. Начинали свой бизнес Конрад Хилтон, Дж.У. Мариотт. В 20-х гг. XX в. из крупных нововведений в гостиничном бизнесе следует назвать появление мотеля как принципиально нового типа предприятия сферы гостеприимства, рассчитанного на ночлег не только постояльца, но и его автомобиля. Появление мотеля было вызвано бурной автомобилизацией Америки, а в Европе мотели получили распространение лишь после второй мировой войны.

Вторая мировая война 1939–1945 гг. парализовала туризм и нанесла сильный ущерб европейскому гостиничному хозяйству. Многие предприятия были перепрофилированы для нужд войны. Например во Франции, считавшейся ведущей страной в области гостиничного строительства, было разрушено 20 % номеров, на восстановление которых понадобилось 10 млрд франков. Вторая мировая война оказала также сильное влияние на развитие индустрии гостеприимства в США. Множество людей в связи с военными действиями оказались перед необходимостью передвижений по стране. Резко возрастает потребность в гостиничных номерах, загрузка отелей могла достигать до 100 %.

После Второй мировой войны американские гостиничные компании начинают выходить за пределы американского континента. В немалой мере этому способствовал и «План Маршалла», суть которого в оказании финансово-экономической помощи Европе при соблюдении американских экономических и политических интересов.

Развитие авиации также оказало сильное влияние на развитие гостиничной индустрии. Так, американская компания Pan American Airways в 1946 г. создает дочернее предприятие Inter-Continental Hotels Corporation. В основном европейский гостиничный бизнес впервые послевоенные годы был ориентирован на американских туристов, поэтому в гостиничном сервисе стали задавать тон американские стандарты обслуживания. Стремительное развитие авиасообщения способствует появлению новых типов гостиниц – гостиниц при аэропортах.

К концу 1970-х годов в гостиничной сфере Западной Европы отчетливо стала проявляться тенденция совмещений гостиниц с торговыми, концертными или выставочными залами. В определённой степени развитию гостиничной индустрии в странах Европы способствовало и проведение массовых спортивных мероприятий.

Период 1960–1980-х гг. называют «Золотой эрой» гостиничной индустрии. Это была эпоха масштабного строительства гостиниц и их высокой загрузки. Среди основных причин можно назвать демографический взрыв после второй Мировой войны, развитие туризма в качестве одной из ведущих отраслей экономики в западных странах и политику этих стран в социальной сфере. Современный туризм невозможен без развитой сферы гостеприимства. Сегодня гостиничное хозяйство является одной из высокодоходных отраслей, которую по эффективности инвестиционных вложений можно сравнить с нефтедобывающей и перерабатывающими отраслями экономико-хозяйственного комплекса.

Говоря о развитии предприятий гостеприимства в России, следует отметить гостиницы и постоялые дворы при ямских станциях, кабаки, корчмы, монастырские подворья, появление которых было тесно связано с развитием городов на Руси.

С ростом городов развивалась и городская инфраструктура, в частности заведения по приему путешественников. В таких заведениях, как корчма, путешественник мог отдохнуть, получить место на постой, поесть.

Постепенно понимание того, что продажа спиртных напитков может быть важным источником получения доходов, приводит к тому, что «питейный промысел» сосредоточивается в руках государства. Первые казенные корчмы появляются в Москве и Новгороде. Дальнейшее желание контролировать доходы от винокурного промысла привели к появлению самобытного предприятия гостеприимства – русского кабака.

Кабаки быстро стали частью повседневной жизни русских городов. Для продажи вина в кабаках назначался «целовальник», контроль за его деятельностью осуществлял «голова». Целовальник и голова считались государевыми служащими, давали присягу, обязуясь собирать «кабацкий доход» с прибылью. Собственно кабак представлял собой целый хозяйственный комплекс, объединявший пивоваренное и винокурное производство и торговлю; в больших городах кабаки и производственные помещения могли находиться даже в разных частях посада.

Еще одним типом предприятий гостеприимства были гостиные дворы. Появились они еще в допетровскую эпоху. Особенность их заключалась в том, что они были рассчитаны на обслуживание нужд купцов. «Гость» в русском языке того времени – это и торговый человек, и путешественник. Первые гостиные дворы появились еще в Великом Новгороде в XII в., а размещение купцов происходило по национальному признаку. Так, в XII–XV вв. в Великом Новгороде существовали «Готский», «Немецкий» дворы. Впоследствии в Москве были открыты «Аглицкий», «Греческий», «Персидский» дворы и др.

Вхождение Руси в орбиту Золотой Орды привело к заимствованию системы организации дорожных станций – Ям. На таких станциях можно было отдохнуть, поменять лошадей. В XV в. на территории Московского государства функционировало порядка 1600 ямских станций. Ямские станции служили для быстрой передачи срочных донесений и почты, а также были временным приютом для чиновников и руководителей высшего звена,

которые путешествовали по делам монгольского государства. Условия, в которых могли разместиться путешественники, были весьма скромными.

Рассматривая историю развития предприятий гостеприимства в допетровскую эпоху, следует отметить и развитие специализированных средств размещения для паломников. В XV в. русские паломники путешествовали на Восток. К 1460 г. относится «Хождение гостя Василия в Малую Азию, Египет и Палестину». В XV–XVI вв. шла активная монастырская колонизация, монахи осваивали новые земли (русский Север, Заволжье), основывали там монастыри. Русские паломники посещали святые места, например Киево-Печерскую лавру. Во время их путешествий им требовалось гостеприимство и ночлег. Так, при монастырях формируется система гостеприимства паломникам на монастырских подворьях.

Следующий этап в развитии предприятий гостеприимства на Руси связан с эпохой петровских преобразований.

XVIII в. вошел в русскую историю как век насаждения нового образа жизни, смены ценностных ориентаций в обществе. Реформы Петра I привели к активизации приездов иностранцев в Россию. В 1703 г. закладывается новая столица государства – Санкт-Петербург, который по задумке царя должен был стать первым русским городом европейского образца.

Именно в Санкт-Петербурге появляются первые предприятия гостеприимства европейского типа. Одним из первых заведений нового типа стала любимая Петром I «Австерия» на Санкт-Петербургской стороне, на Троицкой пристани. Хозяином заведения был повар Иоганн Фельтен. Известно, что царь часто бывал здесь вместе со своими приближенными.

Австерии – трактиры. От традиционного кабака их отличало наличие еды, для развлечения гостей подавали табак и карты, бильярд, чай, шоколад. Хозяевами трактирных заведений были в основном иностранцы, которые привозили в Россию европейский опыт ведения дел. Уже на этом этапе правительство позаботилось, чтобы ассортимент заведений не повторялся. В

австериях подавали иностранные вина и напитки: «заморский эльбир», французскую водку, вина.

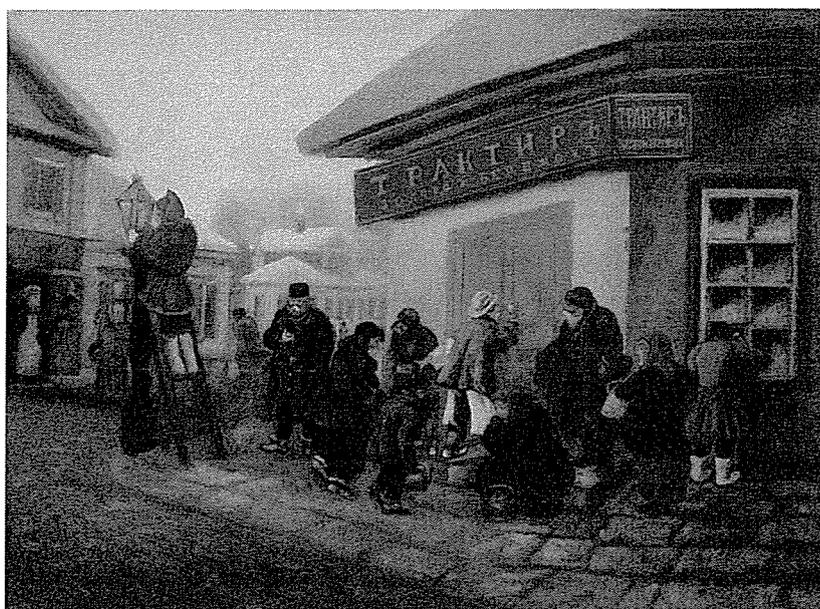


Рис. 4. Леонид Соломаткин «Утро у трактира»

Для перевозки почты строились специальные почтовые тракты. Именно на них и стали появляться придорожные гостиницы. Первая такая гостиница была создана в 1715 г. при почтовом ведомстве в Санкт-Петербурге. Эту дату принято считать началом официальной истории отечественного гостиничного хозяйства. Созданию сети придорожных гостиниц способствовал Указ Петра I «Об учреждении постоялых и гостиных дворов», изданный им в январе 1719 г.

Петру I принадлежит важная роль и в зарождении курортного (лечебно-оздоровительного туризма). По его инициативе были проведены первые государственные мероприятия по разведке минеральных вод и их эксплуатации с лечебными целями. Петр I 24 июля 1717 г. издал указ «О приискании в России минеральных вод». По указу царя 20 марта 1719 г. открылся первый в России курорт Марциальные Кончезерские воды близ Петрозаводска. Здесь были построены три деревянных дворца,

четырёхкомнатный дом для доктора, жилые корпуса для больных, зала для верховой езды. Царь лично принял участие в разработке «Дохтурских правил» [16, с. 82].

При Александре I предпринимались попытки регулирования деятельности предприятий гостеприимства в России согласно «Положению о заведениях трактирного промысла» от 1821 г. Рестораны, как и гостиницы, входили в категорию трактирных заведений. Всего Положение выделяло пять категорий: гостиницы, ресторации, кофейные дома, трактиры и харчевни.

В царствование Екатерины II число трактиров, гербергов в столице увеличивалось с каждым годом. К 1783 г. в Санкт-Петербурге было 94 герберга, а в 1785 г. уже 129. Однако «к началу 1780 г. число постоянных дворов и трактиров в Петербурге было все-таки недостаточно, и по старинному русскому обычаю иногородние либо останавливались у родных и знакомых, либо снимали комнаты, которые им рекомендовали извозчики» [11, с. 401].

К началу XIX в. в столице значительно выросло количество гостиниц и иных предприятий гостеприимства. Активно развивались предприятия гостеприимства в Москве. В 1820 г. в Москве функционировало 7 известных гостиниц, а к середине века уже насчитывалось несколько десятков московских гостиниц.

Стали появляться и новые типы заведений гостеприимства: рестораны, кафе, кондитерские. Модное в Европе заведение «рестарасьон» появилось в России в начале XIX в. в Санкт-Петербурге. Первые содержатели их были иностранцы – немцы, французы, итальянцы (Тардиф, Дюме, Талон, Андрие, Сен-Жорж, Клей и др.), которые принесли в Россию европейский опыт организации обслуживания питанием. Благодаря им появилось обслуживание *tabled'hote* и *a' la carte*. Вообще, в первой половине XIX в. «рестарасьон» – это место, где можно «хорошо и приятно пообедать в обществе людей вежливых

и благовоспитанных». Специализировались рестораны на блюдах европейской кухни, прежде всего французской, итальянской.

Среди известных столичных ресторанов следует выделить рестораны Кюба, Талона, Бореля, Контана, Дюссо (Санкт-Петербург), а в Москве «Эрмитаж», где содержатель ресторана француз Оливье впервые предложил столь любимый русскими посетителями салат «Оливье».

В XIX в. путешественник в России сталкивался со множеством трудностей, в первую очередь с плохими дорогами и ужасной организацией приема. Обслуживание во время путешествия происходило в соответствии со статусом, так как было необходимо предъявить подорожную, по которой получали лошадей согласно «Табелю о рангах».

Вся первая половина XIX в. отмечена строительством новых гостиниц и появлением нормативных документов, регламентирующих их деятельность.

В основном они соответствовали передовым мировым концепциям того времени как с точки зрения архитектуры и интерьера, так и предлагаемого обслуживания. В начале XX в. в Москве в 1910 г. работало 228 гостиниц, не считая 77 постоянных дворов. Крупнейшими гостиницами Москвы к началу XX в. были «Гранд-отель», «Боярский двор», «Новомосковская», «Европа», «Славянский базар», «Националь» и др. Многие гостиницы славились на всю Москву своими ресторанами «Славянский базар», «Альпийская роза».

После Октябрьской революции 1917 г. большинство гостиниц были национализированы, а наиболее шикарные гостиницы стали местом временного размещения представителей новой власти (среди них – гостиницы «Астория» в Санкт-Петербурге и «Националь» в Москве).

Интересным средством размещения в первые годы советской власти стали дома экскурсантов. Первоначально туризм рассматривался как вид воспитательной работы и находился в тесной взаимосвязи с экскурсионным делом и краеведением, его развитие стало прерогативой Народного комиссариата просвещения (Наркомпроса). Туризм был призван служить

средством идеологического воспитания». Здесь предлагались очень простые условия размещения, рассчитанные на непритязательных туристов, а при большом количестве прибывших гостей размещали даже на полу на тюфяках. Мебель была очень простой и грубо сколоченной, но к услугам туристов предлагали кипяток, питание и экскурсии. Однако к 1922 г. эти экскурсионные станции были закрыты.

Начиная с 1919 г. были приняты декреты «О лечебных местностях общегосударственного значения», «Об использовании Крыма для лечения трудящихся», «Об организации домов отдыха». В 1919 г. в стране функционировали 5 курортов: Старая Русса, Липецк, Сергиевские Минеральные Воды, Эльтон и Кашин, курорты Черноморского побережья Кавказа. В 1925 г. в бывшем царском дворце в Ливадии (Крым) был открыт первый санаторий для крестьян, а в Гурзуфе – первый пионерлагерь «Артек». В 1920–1930-е г. шло активное развитие лечебно-оздоровительного туризма и курортного дела. Развивается город-курорт Сочи. Город являлся местом отдыха партийной и государственной элиты страны.

В течение 1931–1937 гг. были благоустроены курорты на территории Грузии: Гагры, Боржоми, Новый Афон.

В 1929 г. для приема и обслуживания иностранных туристов было создано Всесоюзного акционерного общества (ВАО) «Интурист». Лучшие гостиницы страны (среди них «Астория», «Европейская» и др.) вошли под его управление.

За годы советской власти гостиничное хозяйство было устроено на новых основаниях. Гостиницы были разделены на коммунальные, находящиеся в ведении исполкомов, местных Советов трудящихся депутатов, и ведомственные, находящиеся в ведении министерств, ведомств, общественных организаций и ВАО «Интурист». В период довоенных пятилеток были сооружены хорошо оборудованные коммунальные гостиницы в Москве, Киеве, Харькове, Свердловске и других городах.

В начале 1990-х г. на российский рынок вышли иностранные компании: Hilton, Rocco Forte, Marriott, Kempinski, Socos, Rezidor, Intercontinental, Accor и др. Эти компании переносили в Россию свой опыт организации и ведения гостиничного бизнеса, повышали уровень сервиса в отелях, внедряя мировые стандарты обслуживания, осуществляли трансферт технологий. С другой стороны, «государство перестало финансировать большинство гостиничных и санаторно-курортных предприятий. Самофинансирование, с которым столкнулись предприятия, лишённые государственной и профсоюзной поддержки, тяжело отразилось на многих объектах туристской инфраструктуры. В условиях отсутствия предпринимательского опыта и инфляции, кризиса, снижения потока туристов многие гостиницы и дома отдыха обанкротились.

Среди основных проблем развития гостиничной индустрии на современном этапе специалисты выделяют недостаточное развитие гостиниц уровня трех звезд, соответствующих мировым стандартам, и перевес в сторону высококлассных пятизвездочных отелей со стороны инвесторов, несовершенства российского законодательства в сфере туризма и гостеприимства, наличие явной диспропорции между развитием внутреннего и выездного туризма, моральное и материально-техническое несоответствие отелей международным стандартам, особенно в регионах.

Невозможно рассматривать историю гостиничного дела без упоминания выдающихся личностей сферы гостеприимства.

**Цезаря Ритца** называют королем отельеров. Он родился 23 февраля 1850 г. в швейцарской деревушке Нидервальд. Как и многие другие пионеры гостиничной индустрии, он начал с самого низа и ценой упорного труда поднялся к высотам профессии, довольно быстро осваивая секреты гостиничного бизнеса. Свою карьеру он начал в 15 лет в качестве ученика управляющего гостиницы. Уже в 19 лет он сам управлял одним из парижских ресторанчиков, но оставил эту работу и устроился помощником официанта в знаменитый ресторан Voisin. Там он освоил искусство угождать вкусам

богатых и знаменитых. В 22 года Ритц стал управляющим Grand National Hotel в Люцерне (Швейцария), ставшей благодаря ему одной из самых популярных гостиниц города.

Именно в этот период он привнес много новых идей по мотивации персонала отеля, по оформлению праздничных мероприятий и использованию новых материалов в техническом оборудовании отеля. Ритц считал умение общаться с публикой самым необходимым качеством управляющего. Его внимательность к людям и их желаниям подняли искусство менеджера на новую ступень.

Ц. Ритц мечтал создать отель нового типа в котором были бы учтены любые мелочи. Ему удалось осуществить мечту, открыв Hôtel de Provence в Каннах и Restaurant dela Conversation в Баден-Бадене.

Ц. Ритца часто приглашали в качестве управляющего в отели, которые находились на грани банкротства, и вскоре они становились процветающими предприятиями. Так это было в Grand National в Люцерне или в Savoy в Лондоне. Деятельность Ритца в качестве управляющего отелем Savoy изменила привычки английской аристократии: вместо ужина в чисто мужских клубах британские джентльмены стали ужинать с дамами в ресторанах отелей.

Успех Ц. Ритца во многом был связан с его талантом подобрать команду единомышленников. Именно клиенты Savoy убедили его открыть собственную гостиницу во Франции. Благодаря помощи Александра-Луи Марниера-Лапостол Ц. Ритц приобрел в Париже имение и более двух лет был занят его меблировкой. К моменту открытия в 1898 г. отеля Ritz (Париж) Ц. Ритц владел контрольным пакетом акций девяти ресторанов и гостиниц, среди которых был отель Carlton London.

Красноречивым признанием таланта Ц. Ритца могут послужить слова великого Эрнеста Хемингуэя: «Когда я думаю о жизни в раю, я всегда представляю парижский "Ритц"». Сегодня имя Цезаря Ритца – это символ безупречности и высокого уровня сервиса.

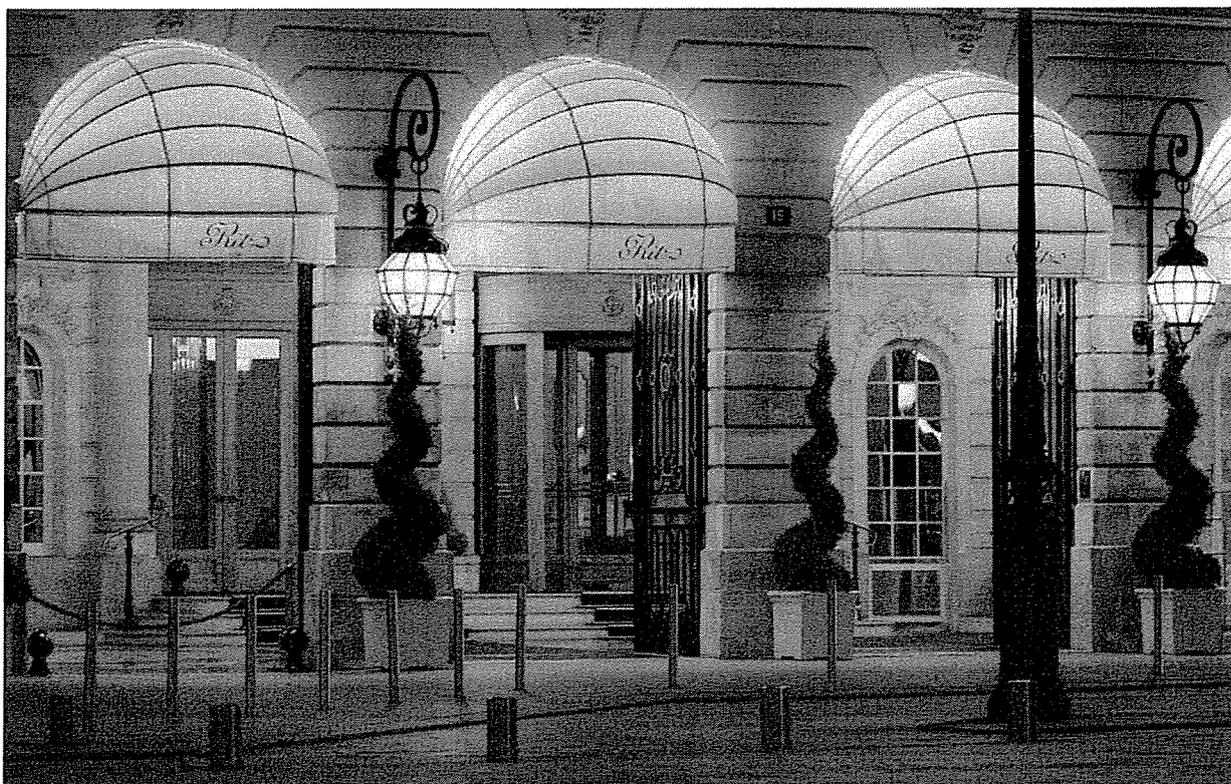


Рис. 5. Отель Ritz в Париже

Соратником Ц. Ритца долгие годы был **Огюст Эскофье**, который вошел в историю кулинарии как «император кухни» и новатор. Блюдами Эскофье восхищались Бисмарк и кайзер Вильгельм, королева Виктория и актриса Сара Бернар. За свои труды он получил орден Почетного легиона и стал первым поваром-офицером данного ордена. Он работал в лучших ресторанах гостиниц Европы: Savoy, Carlton (Лондон), Place Vendome (Париж) и др. Его профессиональная карьера началась, когда ему было 13 лет, и он стал учеником в ресторане своего дяди – ресторане le Restaurant Francaiz в Ницце. В 1865 г. он уехал в Париж и стал работать в ресторане Lepetit Moulin Rouge. В 1878 г. Эскофье открыл свой собственный ресторан «LeFaisand”Or». Эскофье стал автором многих, ставших классическими и популярными блюд. Знаменательным стало его знакомство с Цезарем Ритцем. Эскофье стал партнером и соратником Ритца, и вместе они смогли создать концепцию роскошного отеля Ritz, где Эскофье отвечал за

концепцию кухни. Он представил на суд публики «a la carte» – карту, в которой блюда гостям заведений предлагались на выбор. Именно благодаря данному изобретению сегодня в ресторанах приносят меню. Также он ввел подачу блюд «à la russe», при которой все напитки и кушанья предлагались по очереди, что было намного удобнее подачи всей еды одновременно, как это было принято раньше.

Кроме сотрудничества с Ритцем, Эскофье принимал участие в разработке меню для компании Hamburg-Amerika Lines. К заслугам Эскофье часто относят новые принципы организации работы на кухне, введение бригад во главе с Chefdepartie. В 1903 г. он опубликовал «Наставление по кулинарии» – энциклопедию, в которую вошло пять тысяч рецептов, а в 1912 г. – «Книгу о меню». Именно Эскофье считается создателем новой кухни, которую впоследствии называли классической (cuisineclassique).

Одним из самых выдающихся представителей гостиничного бизнеса всех времён и народов считают **Э.М. Статлера**. Он начал свою карьеру как кочегар на стекольной фабрике в 9 лет, а в 12 лет он работал уже на позиции BellBoy в отеле. В пятнадцать лет, имея стаж всего два года работы посыльным, Статлер был повышен до должности старшего коридорного. Вскоре молодой человек заметил, какие большие прибыли приносит бильярдная комната и гостиничный стол заказов железнодорожных билетов и убедил владельца гостиницы отдать эти два доходные места ему в концессию. Как талантливый организатор Статлер устраивал специальные соревнования по бильярду, на которые приходили толпы людей. Вскоре он завел площадку для боулинга. А затем и собственный ресторан – The Pie House, который стал лучшим в городе. К 1894 г., когда Статлеру исполнился 31 год, он получал 10000 долл. в год.

Статлер обращал внимание на необходимость простоты, эффективности и контроля в работе. Он подчёркивал, что в работе нет важных и второстепенных вопросов, нет мелочей. Честность и вдумчивое отношение ко всему, что делалось вокруг, требовательность прежде всего к

самому себе, а потом уже к другим были его отличительными чертами. Всех служащих он считал членами своей семьи, распространяя на них все свои родительские обязанности и привилегии.

Среди его нововведений было применение особой системы внутрикорпоративного маркетинга, которая позволяла служащим участвовать в прибылях, при этом к ним выдвигались особые требования. Работник, который был не в состоянии оказать необходимую услугу или в нужный момент проявить достаточное внимание, вежливость и доброту по отношению к гостю, считался изначально неправым и, как минимум, не мог рассчитывать на «чаевые». Обслуживание гостей было для Статлера самым главным: «Обязанность хорошей гостиницы угождать своим клиентам». Его бизнес-кредо звучало так: «Больше сервиса по доступной цене».

В 1908 г. он открыл свою первую гостиницу, которая существенно отличалась от существующих в то время гостиниц. Buffalo Statler была ориентирована на представителей среднего класса, коммерсантов, путешествующих с деловыми целями.

Принципы обслуживания клиентов, изложенные в его кодексе Statler Service Code, актуальны и по сей день:

«Принимайте на работу только добропорядочных людей, чистосердечных и обходительных, которые часто и охотно улыбаются. Если нужно убрать помещение, уберите их. Сделайте это и не протестуйте. Избавляйтесь от ворчунов, от людей, которые ведут себя так, будто каждый день находятся под бременем постоянных забот и испытывают из-за этого неудобства. Вы не сможете перевоспитать этих людей. Вы не сможете найти для них подходящую работу. Избавляйтесь от них, пусть их берет на работу кто-нибудь другой, а вы возьмете себе того, кого сможете научить. Гость оплачивает вам ваше жалованье. Он ваш непосредственный благодетель. Ни одному служащему гостиницы не дано спорить с гостем хотя бы по пустякам. Служащий обязан решить дело так, чтобы доставить удовольствие гостю, а если это невозможно – вызвать старшего».

**Джон Уиллард «Билл» Марриотт** – младший. Сын Билла Марриота – старшего, который основал известнейшую американскую сеть отелей. Под руководством Марриота-младшего сеть выросла в глобального игрока с более чем 3 тысячами отелей в 67 странах. После окончания университета свои дальнейшие планы по открытию собственного бизнеса Мариотт связал со столицей.

Мариотту принадлежит заслуга в развитии идеи придорожных закусочных. Впоследствии его небольшой бизнес стал расширяться. Появилось название «The Hot Shoppes». В 1945 г. был открыт первый Hot Shoppes в Маклейн-парке в Вашингтоне. Мариотт понял важность развития автомобильного движения еще в конце 20-х гг. и сориентировал свои заведения на обслуживание автомобилистов. Рестораны Hot Shoppes имели удобные подъездные дорожки, он первым наладил обслуживание автомобилистов прямо на стоянке, где они могли бы перекусить, не выходя из машины, такие заведения получили название Drivein («заезжай внутрь»). Он устраивал гала-представления в своих ресторанах, приглашая выступать лучшие оркестры. Чтобы привлечь на свои мероприятия, он посылал служащих на оживленные перекрестки, где они совали рекламу The Hot Shoppes в открытие окна автомобилей, пока те стояли в ожидании зеленого света. В конце 30-х г. XX в. Мариотт уловил возрастающую роль авиатранспорта как коммерческого транспорта и одним из первых занялся поставкой питания для пассажиров.

Именно Джон Уиллард Марриотт в 1937 г. создал систему бортового питания на авиалиниях, организовав первый пункт обслуживания авиакомпаний Eastern, American и Capital на старом столичном аэродроме имени Гувера. А двумя годами позже – и систему корпоративного питания, открыв кафетерии на предприятиях министерства обороны. В 1950-х г. Мариотт расширил дело, получив контракты на обслуживание питанием школ, больниц и университетов. В 1957 г. он открыл свой первый отель Twin Bridges Motor Hotel в Арлингтоне, штат Вирджиния. В 1967 г. компания была

переименована с Hot Shoppesinc на Mariottinc. Джон Уиллард Марриотт был фанатичным приверженцем «культурного бизнеса», видя в корпоративной культуре залог успеха. «Культура, – писал он, – это нитки и клей, с помощью которых мы соединяем наше прошлое, настоящее и будущее». Всю жизнь Марриотт следовал идее «социальной ответственности бизнеса». Он относился к своим служащим, как к членам семьи. Он навещал их, если они болели, помогал им, если они попадали в беду, и всегда выслушивал, если они обращались к нему с просьбами. Заходя в свои рестораны, он здоровался с каждым за руку. В штате компании был служащий, в обязанности которого входило следить за тем, чтобы все служащие были довольны своей работой. О Дж.У. Марриотте говорили, что к посудомойкам он относится внимательнее, чем к членам правления. Искренняя вера в Бога, друзей, семью и страну были его главными жизненными принципами.



Рис. 6. Отель Marriott в Москве

Настоящим первопроходцем в индустрии американского гостеприимства стал **Чарльз Кеммонс Уилсон**, основатель сети Holiday Inn. Он использовал свое видение и решимость, чтобы построить компанию, которая произвела революцию и изменила представление о путешествии. Ч.К. Уилсон начал работать в раннем возрасте. Благодаря своей напористости и трудолюбию из бедного мальчика, продающего газеты во время Великой депрессии, он превратился в молодого человека, который владел собственностью более чем на \$ 4 млн. В 1951 г. Чарльз Кеммонс Уилсон отправился на отдых со своей семьей и пятью детьми. Об этой поездке он впоследствии говорил, что это было его худшее путешествие в жизни. Номер был невозможно тесный и дорогой, в таких условиях необходимость доплачивать за двоих детей привела его как клиента в негодование. Так родилась идея создания нового типа отеля. Кеммонс Уилсон построил первый Holiday Inn в 1952 г., и уже за несколько лет появилась цепь отелей.

В основе концепции лежала идея создания предприятия, ориентированного на семейное обслуживание, которое отличалось бы чистотой, удобством, имело бы двухспальные кровати, полное питание и бесплатное обслуживание для детей. Эта идея стала толчком для создания цепи мотелей и гостиниц Holiday Inn, которая стала самой крупной и популярной цепью в мире. Первый отель был открыт в г. Мемфисе, штат Теннесси. Его отличительной чертой стало использование инноваций и бытовой комфорт. Архитектурная концепция отелей выстраивалась на основе использования силуэта многоэтажного здания с башней, пространство жилых номеров было выстроено функционально. Среди его нововведений – внедрение внутрикорпоративной системы бронирования Holidex. Уилсон был одним из первых, кто внедрил многофункциональное использование компьютеров, а также социальные программы, дающие дополнительные преимущества для сотрудников. Он перенес роскошь в предприятия для

среднего класса и предложил ее по ценам, которые были доступны для многих.

В 2000 г. Уилсон основал Школу гостиничного менеджмента Kemmons Wilson School of Hospitality & Resort Management, а также открыл гостиницу и школу в Университете Мемфиса в штате Теннесси – единственную школу в своем роде на Юго-Востоке США.

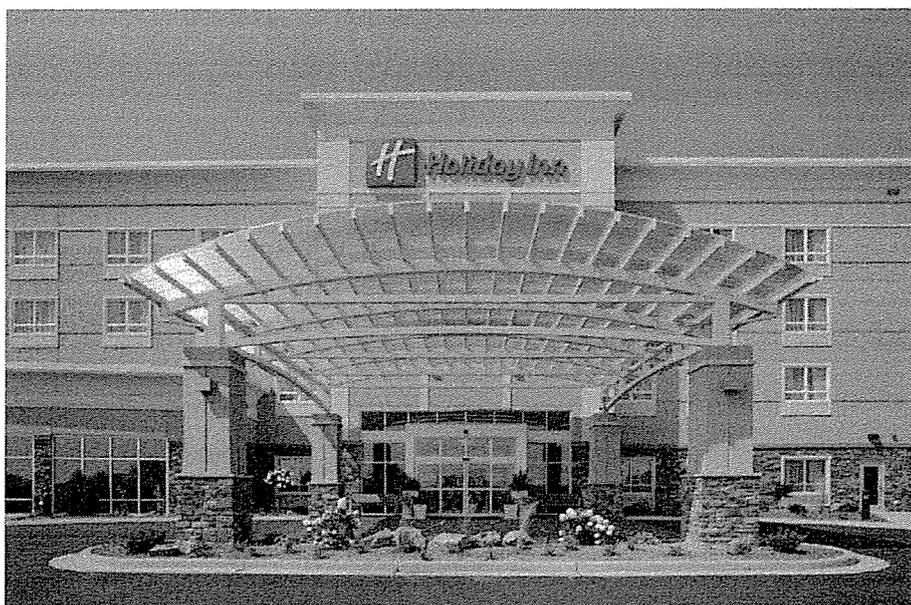


Рис. 7. Отель цепочки Holiday Inn в США

**Конрад Хилтон** является создателем первой гостиничной сети. Он дал всем принадлежащим ему отелям собственное имя и предложил в них стандартный набор услуг. В историю США Конрад Хилтон вошел как отельер, который приобрел самые знаменитые отели США: The Stevens hotel, Palmerhouse (Chicago), Plaza, Waldorf-Astoria (New-York), Town House (BeverlyHills), Mayflower (Washington) и сети Statler Hotels. Именно он первым придумал присваивать отелям «звезды» и первым начал торговать в холлах своих отелей всем, что может понадобиться клиентам.

Конрада Хилтона коллеги по бизнесу прозвали «восторженный делец». Его девизом в жизни стал лозунг «мир во всем мире через международную торговлю и путешествия». Его отец Август Хилтон был торговцем и видным гражданином Сан-Антонио, он владел универсальным магазином. Первое введение в науку гостеприимства Хилтон получил, когда

его отец решил сдавать комнаты в доме. Во время I Мировой войны Хилтон служил в армии во Франции. По возвращении домой в связи с гибелью отца он был вынужден взять на себя ответственность за семейный бизнес. По совету друга он решил отправиться в штат Техас, где тогда шла «нефтяная лихорадка». Его внимание привлек отель Mobley в г. Циско, штат Техас, где не было отбоя от клиентов. В 1919 г. он купил свой первый отель Mobley на 40 комнат. Деньги, вложенные в отель, Хилтон получил обратно за один год. К 1924 г. Конрад Хилтон и его друг Уильям Р. Ирвин основали компанию Hiltonhotelinc, а 2 августа 1925 г. был открыт Dallas Hilton. В годы Великой депрессии Хилтон, хотя и претерпел финансовые неудачи, но приобрел бесценный опыт управления отелями. Во всех отелях клиента встречал стандартизованный набор услуг. Вышла даже реклама, в которой было изображено такси с единственной надписью: «В Хилтон». Чтобы еще больше уравнивать свои отели, Конрад одним из первых стал обозначать класс отеля звездочками – как коньяк. Еще одно ноу-хау Хилтона состояло в следующем: все закупки в отелях делались заранее, исходя из анализа спроса и с учетом предстоящих событий. Никакое требование клиента не должно было стать неожиданностью. Собираясь купить отель, он лично изучал обстановку: например, смотрел, сколько мужчин и женщин входят и улыбаются ли они, когда выходят из отеля, каков размер вестибюля и даже сколько лампочек горит перед входом и сколько из них перегорело.

После окончания Второй мировой войны обороты его компании так выросли, что в 1949 г. он смог осуществить мечту своей жизни (он постоянно носил в своем портмоне фотографию этой гостиницы), купив самый фешенебельный отель Нью-Йорка Waldorf-Astoria. А в 1954 г. Конрад заплатил \$111 млн за своего главного конкурента в технологическом оснащении гостиниц – сеть Statler Hotels.

Из личных качеств Конрада Хилтона следует выделить его черту «золотодобытчика», т.е. умение получать максимум прибыли при минимуме площадей. Он внедрял промышленные методы учета рабочего времени и

производительности, анализа рабочей нагрузки, финансового контроля в вопросах ценообразования. Неоднократно подчеркивал важность точного прогнозирования и документирования всех коммерческих операций, был сторонником строгой бухгалтерской системы и контроля. Несмотря на ограничения военного времени, в его отелях его внедрялись технические и другие инновации, повышающие доходность и производительность.



Рис. 8. Отель Hilton Garden Inn, г. Краснодар

### **Контрольные вопросы к главе 1**

1. Дайте определение понятию гостеприимства.
2. Какова этимология слова «гостеприимство»?
3. Как назывался договор о взаимном гостеприимстве в Древней Греции?
4. Какова общая схема обрядов гостеприимства? Охарактеризуйте стадии обряда перехода. Приведите примеры.
5. Какую роль в развитии системы предприятий гостеприимства сыграли путешествия и паломничества на Древнем Востоке?

6. Как интересы государства в Древнем Риме определили развитие системы постоянных дворов при почтовых станциях?

7. Каковы были основные мотивы для путешествий человека эпохи Средневековья?

8. Назовите основные типы предприятий гостеприимства Средневековой Руси.

9. Что вы можете выделить общего и особенного в биографиях выдающихся организаторов гостиничного и ресторанного дела?

10. В чем заключается вклад Элсворта Статлера в развитие индустрии гостеприимства?

11. В чем заключался вклад Конрада Хилтона в развитие гостиничного дела?

12. Как бы вы охарактеризовали вклад Цезаря Ритца в развитие индустрии гостеприимства?

13. В чем заключалось новаторство Ч.К. Уилсона как отельера?

## **ГЛАВА 2. СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

### ***2.1. Международная классификация гостиниц***

Гостиничные предприятия классифицируют по различным критериям. Наиболее употребляемыми среди них являются следующие:

1. Уровень комфорта – комплексный критерий, включающий в себя: состояние номерного фонда (площадь номеров, доля однокомнатных, многокомнатных номеров, номеров-апартаментов, наличие коммунальных удобств); состояние мебели, инвентаря, предметов санитарно-гигиенического назначения; наличие и состояние предприятий питания; состояние здания, подъездных путей, обустройство прилегающей к гостинице территории; информационное обеспечение и техническое оснащение; обеспечение возможности предоставления ряда дополнительных услуг.

Указанные параметры оцениваются практически во всех системах классификации гостиниц. Кроме того, ряд требований предъявляется к подготовке персонала.

2. Вместимость номерного фонда число мест (номеров), которое может быть предложено клиентам одновременно. Общепринятого подхода к определению вместимости на данный момент нет. ВТО рекомендует понимать под малой гостиницу с количеством номеров до 30, одновременно отмечая, что это определение является приоритетом каждой отдельной страны.

3. Функциональное назначение. Различают гостиницы для отдыха, транзитные гостиницы, гостиницы делового назначения, гостиницы постоянного проживания.

4. Месторасположение гостиничного предприятия играет существенную роль. Гостиницы могут быть расположены: в центре города (делового назначения, класса люкс и среднего класса); на морском побережье (важный критерий – расстояние до моря); в горах (обычно небольшие отели).

5. Продолжительность работы делит гостиницы на работающие круглогодично и сезонно.

6. По обеспечению питанием.

7. По уровню цен гостиницы делят на бюджетные, экономичные, средние, первоклассные, фешенебельные. Стоимость отеля в сутки во многом зависит от категории отеля, которому соответствует определенный уровень сервиса и набор предлагаемых услуг.

В настоящее время уровень комфорта является основополагающим параметром в основе более тридцати систем классификаций. Наиболее привычной и распространенной считается система «звезд», базирующаяся на Французской национальной системе, которая делит гостиницы на категории от одной до пяти звезд. Такая система позволяет наиболее полно охватить рынок гостиничных услуг. Ни одно гостиничное предприятие не может претендовать на присвоение категории, если оно не отвечает минимальным

требованиям критериям, объединенным в следующие группы: А - количество комнат; В - общие помещения; С - оборудование отеля; D - комфортность жилья; Е - обслуживание; F - доступность инвалидам и лицам с ограниченной подвижностью.

В Греции используется система букв А, В, С, D. Гостиницы категории А - соответствуют четырехзвездочному уровню, В - трехзвездочному, С - двухзвездочному, D - однозвездочному.

В Великобритании применяется система «корон». Кроме этого, там используется классификация, предложенная Ассоциацией британских турагентств – «British Travel Authority» (BTA): бюджетные гостиницы – расположены в центральной части города и имеют минимум удобств; гостиницы туристского класса – в структуре обязательно наличие ресторана и бара; гостиницы среднего класса – уровень обслуживания достаточно высок; гостиницы первого класса – очень высокое качество комфорта; гостиницы высшей категории.

Согласно Немецкой классификации, гостиничные предприятия подразделяются на пять классов. С целью гармонизации с Европейской системой здесь сразу же предусматривается соответствие каждого класса определенному количеству звезд: туристский класс - \*; стандартный класс - \*\*; комфортный класс - \*\*\*; первый класс - \*\*\*\*; люкс - \*\*\*\*\*.

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

На территории бывшего СССР успешно применялась система разрядов: люкс, высший А, высший Б, первый, второй, третий, четвертый.

При рассмотрении классификации гостиничных предприятий по уровню комфорта следует выделить сложившиеся в международной практике подходы к разработке документов, непосредственно устанавливающих классификацию и порядок ее последующего проведения (осуществления

сертификации на соответствие требованиям определенной классификационной группировки). При первом подходе разработкой, проведением и контролем занимаются государственные органы, то есть существует официальная государственная классификация по уровню комфорта гостиничных предприятий, возможно, других средств размещения, а также предприятий питания. В частности, примеры такого подхода наблюдаются во Франции и России.

При втором подходе разработкой, проведением и контролем занимаются профессиональные объединения и союзы. Например, в Германии эти процессы осуществляет Объединение гостиничных и ресторанных хозяйств, в Швейцарии – Швейцарский союз владельцев гостиниц. В мировой практике имеются случаи, когда в пределах одной страны существует несколько систем классификаций.

«Сетевые» отели (Hilton, Sheraton, Hyatt и др.) следят за своей репутацией и качеством обслуживания, но надо иметь в виду что пляжный отель 5\* в Хургаде и городской отель 5\* в Берлине будут отличаться, несмотря на принадлежность к одной гостиничной сети.

Каждый отель имеет свой номерной фонд. Самые распространенные типы номеров:

Standard – стандартный номер, состоящий из спальни и совмещенного санузла.

Deluxe – номер повышенной комфортности.

Suite – один из высших категорий номера, отличается большим размером, качественным ремонтом и мебелью высокого класса.

FamilyRoom – семейный номер размером больше стандартного.

Apartment – номер, состоящий из комнаты и кухни, на которой гости могут приготовить еду.

BalconyRoom – номер с балконом.

DuplexRoom – двухэтажный номер.

KingRoom – номер с большой, «королевской», кроватью.

Кроме этого, различают расположение номера. Он может находиться в основном или отдельно стоящем здании. В соответствии с этим необходимо дать следующие обозначения:

MB (MainBuilding) – основное здание отеля.

BG (BGL, Bungalow) – бунгало, отдельная постройка, обычно одно- или двухэтажная.

Chale – пристройка к основному зданию отеля.

Cottage – коттедж.

Villa – отдельно стоящее здание, как правило, VIP-уровня.

В зависимости от количества и возраста путешественников, гостиницы предлагают различные варианты типов размещения:

SGL (Single) – одноместный номер.

TWN (Twin) – двухместный номер с двумя отдельными кроватями.

DBL (Double) – двухместный номер с большой двуспальной кроватью.

EXB (ExtraBed) – номер с дополнительной кроватью.

TRPL (Triple) – трехместный номер с тремя кроватями.

DBL + EXB – двухместный номер + дополнительное место для взрослого.

INF (Double) (Infant) – ребенок младше 2 лет (проживает в номере бесплатно).

CHD (Child) – ребенок младше 12 лет.

DBL + CHD (Child) – двухместный номер + кровать для ребенка младше 12 лет.

Рассматривая классификации гостиниц, нельзя не сказать об альтернативном бюджетном варианте размещения. Многие путешественники, особенно молодое поколение, желая сэкономить на поездке, отдают предпочтение хостелам. Это такая система размещения, в которой есть только спальное место без каких-либо дополнительных удобств.

Отличительные особенности хостела – как правило, большая квартира в жилом доме, один или два санузла, кухня общего пользования, бесплатный

Wi-Fi, а также посторонние люди по соседству. В комнате могут жить от 4 до 18 человек (хотя, конечно, есть и привычные номера для двоих). За счет этого стоимость жилья на порядок ниже традиционных гостиниц.

Еще одним существенным критерием в классификации гостиничных предприятий является питание. В некоторых случаях отели включают в стоимость проживания завтраки, в основном же питание не входит в цену бронирования номера. Исключение составляют отели, расположенные на побережьях и предлагающие клубный отдых, т.е. полный пансион и развлечения. Выделяют следующую классификацию системы питания:

- питание RO (room only) – проживание в номере без питания;
- питание BB (bed breakfast), означает «кровать и завтрак». Завтрак, как правило, предполагается в виде шведского стола и по обилию блюд зависит от уровня отеля и страны проживания;
- питание HB (half board) – завтрак и ужин. Безалкогольные напитки по системе HB бесплатны, предусмотрен заказ платных алкогольных напитков с оплатой на месте;
- питание FB (full board) – завтрак, обед и ужин, как правило, по системе шведского стола. По системе FB не предусмотрены бесплатные спиртные напитки, за исключением шампанского на завтрак в некоторых дорогих отелях;
- питание AI (all inclusive) – «все включено», многоразовое питание без ограничений. В зависимости от уровня отеля AI может быть от варианта трехразового питания до многократного в течение всего дня – рестораны, барбекю, гриль, ночные бары и т.п. Бесплатные алкогольные напитки местного и реже импортного производства;
- питание UAI (ultra all inclusive, UALL) – многоразовое питание в течение всего дня по желанию в ресторанах разных кухонь мира, гриль-барах, в ночных барах и пр., в течение всего дня мороженое и сладости. UAI подразумевает бесплатные безалкогольные и алкогольные напитки местного и зарубежного производства.

## *2.2. Система классификации гостиниц в РФ*

В России до 1994 г. классификация гостиниц осуществлялась в соответствии с «Положением об отнесении гостиниц к разрядам и номеров в гостиницах к категориям», утвержденным Постановлением Госкомцен СССР № 154 от 02.03.1979 г. Данное Положение распространялось на все гостиницы и мотели, независимо от их ведомственной подчиненности, и предполагало подразделение гостиниц на семь разрядов: люкс, высший А, высший Б, первый, второй, третий, четвертый; мотелей – на пять разрядов: высший А, высший Б, первый, второй, третий. Для номеров предусматривалось пять категорий: высшая, первая, вторая, третья, четвертая.

В 1994 г. в России были разработаны «Положение о критериях классификации гостиниц», «Критерии классификационных требований к гостиницам (мотелям) Российской Федерации», а также принят ГОСТ Р 50645–94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц», согласно которому все гостиницы подразделялись на пять категорий с присвоением от 1 до 5 звезд, мотели – на четыре категории с присвоением от 1 до 4 звезд. Принятые в России согласно государственному стандарту требования «классности» в целом соответствовали действующим мировым стандартам.

До середины 2003 г. существовали четыре организации, аккредитованные при Госстандарте РФ и имевшие право по просьбе администрации или владельцев отелей проводить сертификацию гостиниц.

В начале 2003 г. Государственная Дума РФ по предложению Министерства экономического развития РФ внесла поправки в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» в части утверждения единой системы сертификации. При определении новых критериев многое было взято из французской системы, которая предусматривает строгое ранжирование услуг в зависимости от категории отеля.

Приказом Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации № 197 от 21 июня 2003 г. утверждено «Положение о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения», в соответствии с которым все средства размещения стали классифицироваться по пяти категориям: высшая категория – пять звезд, низшая – одна звезда.

Необходимо отметить, что до 2003 г. в России единая система гостиничной классификации отсутствовала и многие организации, которые не могли получить желаемые звезды в одном месте, прибегали к услугам другого органа сертификации. Естественно, что от всей этой суматохи и неразберихи страдал, прежде всего, потребитель гостиничных услуг, который не мог получить те услуги, которые должны были соответствовать заявленной категории.

Следующий этап был связан с введением системы классификации российских гостиниц на основании распоряжения Правительства Российской Федерации № 1004-р от 15.07.2005 г. «О системе классификации гостиниц и других средств размещения». Следующим шагом стало введение классификации, осуществляемой на основании Приказа Минспорттуризма РФ № 35 от 25.01.2011 г. «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи». Документ устанавливал цели, организационную структуру и порядок проведения работ в Системе классификации гостиниц и других средств размещения на категорию «пять звезд», «четыре звезды», «три звезды», «две звезды», «одна звезда», «мини-отель».

В настоящее время классификация осуществляется на основании Приказа Минкультуры России № 1215 от 11 июля 2014 г. «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями».

Классификация осуществляется в отношении следующих объектов:

- гостиниц и иных средств размещения, имеющих не менее 5 номеров и используемых заявителями для предоставления услуг временного проживания;

- номеров в средстве размещения, представляющих собой одну или несколько комнат различной площади и категории с мебелью, оборудованием и инвентарем, необходимым для временного проживания туристов;

- номерного фонда, составляющего общее количество номеров (мест) средства размещения.

Государственная система классификации разделяет средства размещения на следующие типы:

а) гостиницы и иные средства размещения с количеством номеров более 50;

б) гостиницы и другие средства размещения с количеством номеров менее 50;

в) дома отдыха, пансионаты и аналогичные средства размещения;

г) гостиницы и иные средства размещения для присвоения категории «мини-отель» (от 5-15 номеров).

Подтверждение категории классифицированных гостиниц и иных средств размещения осуществляется 1 раз в 2 года по результатам проведения аккредитованной организацией оценки соответствия гостиницы или иного средства размещения требованиям присвоенной категории.

Система классификации гостиниц и других средств размещения соответствует Международной системе стандартов и одобрена Всемирной туристической организацией. Система добровольна и носит абсолютно открытый характер. Информация обо всех гостиницах, прошедших аттестацию, размещается в Интернете на сайтах Федерального агентства по туризму РФ, Российской гостиничной ассоциации, Министерства культуры РФ. Кроме того, гостиница, прошедшая сертификацию, вносится во все

справочники Ростуризма, которые распространяются как на выставках, так и за рубежом.

Для отелей классификация – это способ представить необходимые потребителю сведения о качестве сервиса, инфраструктуре и других возможностях предприятия, помогая таким образом потенциальным клиентам и демонстрируя свою лояльность к ним.

Для потребителей классификация означает большую прозрачность, большую информированность и большую согласованность в оценке гостиниц.

Основными целями классификации гостиниц являются:

- 1) предоставление потребителям необходимой и достоверной информации о соответствии гостиниц категориям;
- 2) повышение конкурентоспособности гостиничных услуг и привлекательности гостиниц, направленное на увеличение туристского потока и развитие внутреннего и въездного туризма, за счет укрепления доверия потребителей к оценке соответствия гостиниц.

В РФ к гостиницам не относятся и классификации не подлежат средства размещения, используемые для осуществления основной деятельности организаций отдыха и оздоровления детей, медицинских организаций, организаций социального обслуживания, физкультурно-спортивных организаций, централизованных религиозных организаций и (или) организаций, входящих в их структуру, кемпинги, общежития и иные средства размещения, в которых не предоставляются гостиничные услуги [1].

Классификация гостиницы проводится в следующем порядке:

- а) первый этап – экспертная оценка гостиницы, включающая в себя документарную экспертную оценку и выездную экспертную оценку;
- б) второй этап – принятие решения о присвоении гостинице определенной категории;
- в) третий этап – оформление и выдача свидетельства.

Свидетельство действует 3 года со дня принятия решения о присвоении гостинице определенной категории. По окончании срока действия свидетельства классификация гостиницы проводится в установленном порядке.

## **Контрольные вопросы к главе 2**

1. Какое значение имеет классификация гостиниц для деятельности гостиниц?

2. Расскажите о современных подходах к сертификации гостиниц.

3. Что включают в себя классификационные стандарты гостиниц?

4. Какие виды гостиниц и гостиничных номеров вы знаете?

5. В чем отличие российской системы классификации гостиниц от зарубежных классификаций?

6. Существуют ли в мире категории гостиниц выше пяти звезд? Приведите примеры.

7. Что такое гостиничные цепи? Какие цепи вы знаете? Каковы принципы формирования гостиничных цепей?

8. Какие средства размещения относятся к специализированным? Приведите примеры.

9. Какие средства размещения можно отнести к альтернативным средствам размещения? В чем их специфика?

10. Охарактеризуйте связи в организационной структуре мини-отеля.

11. Какие типы номеров вы знаете?

12. Назовите возможные варианты размещения гостей в отеле.

13. Дайте характеристику классификации системы питания в отеле.

## ГЛАВА 3. СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

### 3.1. Организация деятельности гостиничного комплекса

Менеджмент отеля – управление заведением, целью которого является оказание услуг по выгодной цене и получение большей прибыли. Организация эффективной эксплуатации гостиничного комплекса позволяет достигать максимальных финансовых показателей. Осуществление управления отелем или гостиницей включает в себя деятельность по продвижению на рынке, оптимизации затрат, текущей эксплуатации объекта, организации процесса обслуживания гостей и многое другое. В современных гостиницах большое значение имеют автоматизация бизнес-процессов, оптимизации операционных и иных расходов предприятия, повышение качества обслуживания гостей, профессиональный подбор и обучение персонала. Все это достигается благодаря эффективной организационной схеме работы всех подразделений гостиницы, что позволяет распределить полномочия и обязанности.

*Под структурой управления* организацией понимается упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого.

*Элементы структуры:* отдельные работники организации, службы, отделы и другие звенья аппарата управления. В любой организационной структуре управления (ОСУ) каждый ее элемент имеет определенное место и соответствующие связи, посредством которых в процессе управления возникает взаимодействие элементов (прямые и косвенные связи).

*Типы организационных структур отелей*

В управленческой практике отелей наиболее распространены следующие типы организационных структур [20]:

- линейная;
- функциональная;
- линейно-функциональная.

### ***Линейная организационная структура управления***

Линейные связи в гостинице показывают движение управленческих решений и информации, исходящих от так называемого линейного менеджера, т.е. лица, полностью отвечающего за деятельность гостиницы или его структурных подразделений.

Это одна из простейших организационных структур управления. Она характеризуется тем, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель, наделенный всеми полномочиями, осуществляет все функции управления.

Линейная структура управления является наименее гибкой. Каждый из руководителей обладает всей полнотой власти, но относительно небольшими возможностями для решения проблем, которые требуют узких, специальных знаний.

### ***Функциональная организационная структура управления***

Функциональное управление осуществляется некоторой совокупностью подразделений, специализирующихся на выполнении конкретных видов работ, необходимых для принятия решений в системе линейного управления. Идея состоит в том, что выполнение отдельных функций возлагается на специалистов. В организации, как правило, специалисты одного профиля объединяются в структурные подразделения (отделы), например отдел маркетинга, отдел приема и размещения, плановый отдел и т.п.

Таким образом, общая задача управления организацией распределяется начиная со среднего уровня по функциональному критерию [24, с. 56]:

Функциональное управление существует наряду с линейным, что создает двойное подчинение для исполнителей. Вместо универсальных

менеджеров, которые должны разбираться в деле и выполнять все функции управления, появляется штат специалистов, имеющих высокую компетенцию в своей области и отвечающих за определенное направление (например, планирование и прогнозирование). Такая функциональная специализация аппарата управления значительно повышает результативность деятельности гостиницы.

### ***Линейно-функциональная (штабная) структура управления гостиницей***

При такой структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий коллектив. При разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов ему помогает специальный аппарат, состоящий из функциональных подразделений (Управлений, отделов, бюро и т.д.) [24, с. 56].

В этом случае функциональные структуры подразделения находятся в подчинении главного линейного руководителя. Свои решения они воплощают через главного руководителя или (в пределах своих полномочий) непосредственно через соответствующих руководителей служб-исполнителей. Таким образом, линейно-функциональная структура предусматривает специальные подразделения при линейных руководителях.

### ***Дивизионная структура управления гостиницей***

При росте гостиничного комплекса и диверсификации его деятельности возникает необходимость в создании дивизионных структур управления. В дивизионных структурах часть или даже все «штабные» функции (финансовое управление, учет, планирование) передаются подразделениям. Это позволяет частично или полностью взять на себя ответственность за разработку, создание и реализацию гостиничных услуг. В результате управленческие ресурсы верхнего эшелона организации высвобождаются для решения стратегических задач. Преимущества дивизионной структуры заключаются в обеспечении управления гостиничными комплексами, которые предоставляют множество

дополнительных услуг и с большим числом сотрудников; обеспечении большей гибкости и более быстрой реакции на изменения в рыночном окружении гостиничного комплекса по сравнению с линейной и линейно-функциональной структурой.

### ***Матричная структура управления***

Матричная структура ориентирована на конкретный проект или программу. Ее использование в гостиничном бизнесе происходит при разработке и внедрении новых гостиничных продуктов (открытии нового ресторана, введении новой категории номеров). Во главе каждого проекта стоит менеджер, осуществляющий управление по горизонтали (общее администрирование проекта). Кроме того, каждый исполнитель также отчетывается руководителю своей службы. Аппарат функциональных руководителей, чьи взаимоотношения с исполнителями проекта характеризуются наличием функциональных связей, реализует функции управления финансами, кадрами и другими ресурсами, необходимыми для реализации проекта. Таким образом, проектная группа (команда) находится в жесткой системе перекрестных связей. Как правило, матричная структура существует до полной реализации проекта, после чего команда распускается.

### **3.2. Основные подразделения гостиничного комплекса: характеристика, функции, состав**

Организационная структура гостиничного предприятия определяется назначением гостиницы, ее местоположением, спецификой гостей и другими факторами. Она обусловлена полномочиями и обязанностями, возложенными на каждого ее работника.

Гостиничные службы, в зависимости от наличия контакта с гостем, расположены на двух уровнях. На первом уровне – службы, персонал которых имеет непосредственный контакт с гостем (контактные службы). На втором уровне – службы, персонал которых практически не контактирует с

гостем (неконтактные службы). Генеральный директор отвечает за общее управление гостиницей и контролирует деятельность ее подразделений; каждый из руководителей подразделений отвечает за управление и результаты на одном из основных направлений деятельности: бронирование и размещение, техническое и хозяйственное обслуживание, питание, реализация услуг, финансы.

Основные службы, имеющиеся в любой гостинице:

- служба управления номерным фондом;
- административная служба;
- служба общественного питания;
- коммерческая служба;
- инженерные (технические) службы;
- служба безопасности;
- вспомогательные и дополнительные службы.

Таким образом, структура управления гостиницей включает в себя следующие управленческие позиции:

- генеральный директор – отвечает за общее управление комплексом, за контроль деятельности по основным направлениям, за определение стратегии развития и планирование деятельности, за непосредственное принятие решений по особо важным вопросам;

- главный бухгалтер/финансовый контролер – отвечает за постановку и ведение управленческого и бухгалтерского учета, за отношения с кредитными учреждениями и налоговыми органами, за контроль финансового состояния гостиничного комплекса, за привлечение в случае необходимости стороннего финансирования;

- руководитель службы приема и размещения – обеспечивает контроль над работой по бронированию, размещению и культурному обслуживанию гостей и над ведением соответствующей документации;

- директор по продажам услуг управляет деятельностью по направлению «маркетинг и сбыт», занимается планированием и реализацией маркетинговой деятельности, отвечает за реализацию услуг отеля;

- руководитель хозяйственной службы – осуществляет контроль над своевременной подготовкой номеров, за соблюдением чистоты в гостиничных номерах и хозяйственных помещениях, за сохранностью имущества; принимает и оформляет соответствующие документы;

- руководитель ресторанной службы – осуществляет общее руководство деятельностью ресторана, банкетной службы и службы «roomservice».

При этом каждая служба выполняет свои специфические функции.

Административная служба отвечает за организацию управления всеми службами гостиничного комплекса, решает финансовые вопросы, вопросы кадрового обеспечения, занимается созданием и поддержанием необходимых условий труда для персонала гостиницы, контролирует соблюдение установленных норм и правил по охране труда, технике безопасности, противопожарной и экологической безопасности.

Служба управления номерным фондом занимается решением вопросов, связанных с бронированием номеров, приемом гостей, их регистрацией и размещением по номерам, а также отправкой домой или к следующему пункту маршрута путешествия, обеспечивает обслуживание гостей в номерах, поддерживает необходимое санитарно-гигиеническое состояние номеров и уровень комфорта в жилых помещениях, занимается оказанием бытовых услуг. В ее состав входят: директор или менеджер по эксплуатации номеров, служба приема и размещения (служба портье), служба горничных, объединенная сервисная служба (швейцары, коридорные, гардеробщики, служащие гаражного хозяйства), служба консьержа, служба посыльных, инспектор по уборке номеров.

Служба безопасности выполняет функции поддержания порядка и безопасности в гостиничном комплексе, поскольку гостиница несет

ответственность за обеспечение разумной безопасности своих клиентов. При этом предприятие может поручить выполнение этих обязанностей как собственной службе, так и привлечь стороннюю организацию.

Служба общественного питания обеспечивает обслуживание гостей в ресторанах, кафе или барах гостиницы, решает вопросы по организации и обслуживанию банкетов, презентаций и т.д. В нее входят: кухня, ресторан(ы), бары, кафе, служба организации банкетов.

Коммерческая служба занимается вопросами оперативного и стратегического планирования, анализирует результаты хозяйственной и финансовой деятельности. В нее входят: коммерческий директор, служба маркетинга.

Инженерные (технические) службы создают условия для функционирования систем кондиционирования, теплоснабжения, санитарно-технического оборудования, электротехнических устройств, телевидения и связи, служб ремонта и строительства. В нее входят: главный инженер, служба текущего ремонта, служба благоустройства территории, служба связи.

Вспомогательные службы обеспечивают процесс работы гостиничного комплекса, предлагая услуги прачечной, портновской, бельевой служб, услуги склада и др.

Служба дополнительных и сопутствующих услуг – подразделение гостиницы, имеющее собственное экскурсионное бюро, собственное автохозяйство (или арендованный транспорт), специальное бюро по обеспечению конгрессов и бизнес-туров, включающая в себя штат секретарей-референтов, гидов-переводчиков, а также оборудованные конференц-залы, кабинеты, оргтехнику и т.д.

В управлении мини-отелем существует своя специфика. Как правило, в лице одного сотрудника объединяют несколько должностных инструкций. Следствием чего является обязательное круглосуточное присутствие на рабочем месте одного портье, одной горничной и т.д. Технический персонал

обычно привлекается по мере необходимости из сторонней организации. Практика показывает, чем меньше номерной фонд отеля, тем меньшее количество сотрудников необходимо. В качестве примера можно привести мини-отели и гостевые дома курортов Краснодарского края и Крыма, где администратор может выполнять сразу несколько функций: регистрировать гостей, готовить номер к заселению, закупать необходимые хозяйственные товары.

В Российской Федерации предоставление гостиничных услуг регламентируется правилами, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации № 1853 от 18 ноября 2020 г. [1].

Правила содержат информацию о гостиничных услугах, которую исполнитель обязан довести до сведения потребителя, и формах ее предоставления; порядок оформления проживания в гостинице и оплаты услуг, порядок предоставления услуг, права и обязанности потребителя, а также степень ответственности исполнителя за нарушения Правил.

В соответствии с Правилами исполнитель обязан довести до сведения потребителя свое фирменное наименование (наименование), место нахождения (юридический адрес) и режим работы путем размещения указанной информации на вывеске, а также предоставить потребителю информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа.

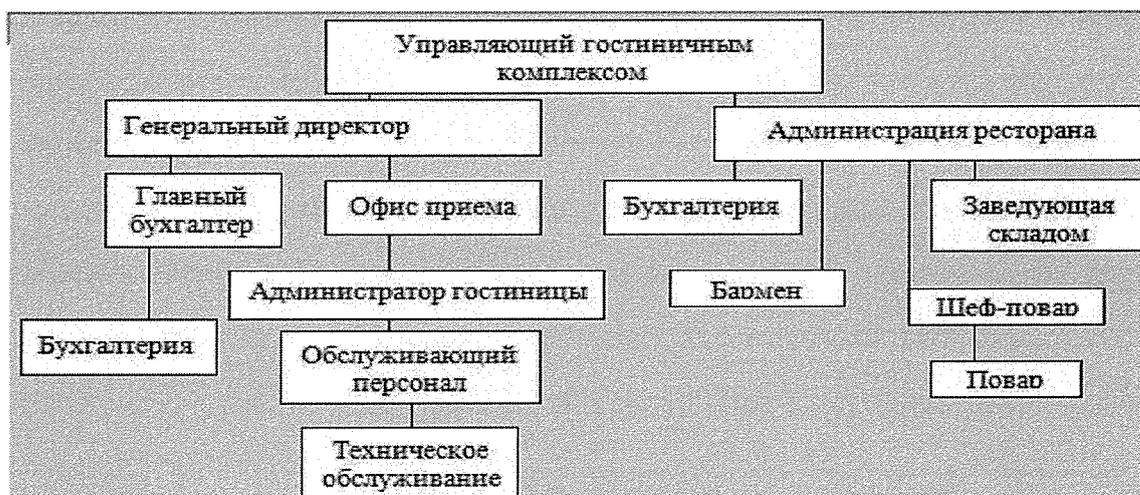


Рис. 9. Организационная структура на примере отеля Park Inn

### Контрольные вопросы к главе 3

1. Какие факторы определяют организационное построение гостиничного предприятия?
2. Охарактеризуйте связи в линейной организационной структуре.
3. Охарактеризуйте связи в функциональной организационной структуре.
4. Охарактеризуйте связи в организационной структуре мини-отеля.
5. Какие факторы определяют уровень осознания и понимания сущности категории «качество»? Приведите примеры.
6. Охарактеризуйте состав и особенности функционирования основных служб гостиницы.
7. В чем заключается специфика работы службы управления номерным фондом (Room division)? Какие подразделения в нее входят?
8. В чем заключается специфика работы службы организации питания (Food and Beverage Department)?
9. Охарактеризуйте основные меры, предпринимаемые в гостинице для защиты физической безопасности клиентов и персонала.
10. Какими мерами достигается соблюдение и защита коммерческой тайны в гостинице?
11. Охарактеризуйте технологический цикл обслуживания гостей в средствах размещения.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Учебное пособие «Гостиничное дело» предназначено для студентов всех форм обучения направления 43.03.02 «Туризм». Основной целью изучения дисциплины «Гостиничное дело» является формирование у студентов знаний и умений, необходимых для выполнения организационно-управленческой и сервисной деятельности в гостиничных и туристических комплексах.

Пособие опирается на классические труды отечественных и зарубежных ученых в сфере гостеприимства и способствует изучению теоретико-практических основ ведения гостиничного хозяйства в рамках развития туризма.

Учебное пособие состоит из трех глав.

В первой главе мы рассмотрели гостеприимство как социокультурный феномен, проанализировали основные этапы становления института гостиничного дела в России и за рубежом, обратились к деятельности выдающихся отельеров.

Вторая глава посвящена системе международной классификации гостиниц. В ней рассмотрены различные типы категорий средств размещения и их особенности. Также внимание было уделено нормативно-правовым вопросам системы стандартизации гостиничных предприятий.

В третьей главе раскрываются сервисные аспекты функционирования гостиничных комплексов, в том числе организация деятельности их основных подразделений.

Учебное пособие содержит иллюстративный материал, контрольные вопросы к каждой главе.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Российская Федерация. Законы.** Об утверждении Положения о классификации гостиниц Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1860 : [утверждено Постановлением Правительства Российской Федерации 18 ноября 2020 года]. – Текст : электронный // Гарант : информационно-правовой портал Гарант.ру. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74857806/> (дата обращения : 23.07.2021).

2. **Александрова, А. Ю.** Международный туризм : учебник / А. Ю. Александрова. – Москва : КНОРУС, 2010. – 464 с. – Текст : непосредственный.

3. **Александрова, А. Ю.** География туризма : учебник / А. Ю. Александрова ; под редакцией Т. Т. Христова. – Москва : КНОРУС, 2020. – 592 с. – Текст : непосредственный.

4. **Амирьянц, И. А.** Иракский этикет / И. А. Амирьянц, Самир ат-Тайяр / Этикет у народов передней Азии : сборник статей / АН СССР; Ин-т этнографии им. Н. Н. Миклухо-Маклая. – Москва : Наука, 1988. – 262 с. – Текст : непосредственный.

5. **Андреев, Ю. В.** Островные поселения Эгейского мира в эпоху бронзы : монография / Ю. В. Андреев ; под редакцией В. М. Массона. – Ленинград : Наука, 1989. – 228 с. – Текст : непосредственный.

6. **Арифуллин, М. В.** Пути повышения эффективности гостиничных услуг : монография / М. В. Арифуллин. – Москва : Изд-во МАТГР, 2010. – 180 с. – Текст : непосредственный.

7. **Барышев, А. Ф.** Маркетинг в туризме и гостеприимстве : учебное пособие / А. Ф. Барышев. – Москва : Финансы и статистика, 2007. – 157 с. – Текст : непосредственный.

8. **Байбурин, А. К.** У истоков этикета : этнографические очерки / А. К. Байбурин, А. Л. Топорков. – Ленинград : Наука, Ленинградское отделение, 1990. – 165 с. – Текст : непосредственный.

9. **Ватолина, Ю. В.** Гостеприимство как антропологический феномен : специальность 09.00.13 «Философия и история религии, философская антропология, философия культуры» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора философских наук / Ватолина Юлия Владимировна; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург, 2014. – 45 с. – Текст : непосредственный.

10. **Вежбицкая, А.** Язык. Культура. Познание : [перевод с английского] / Анна Вежбицкая ; отв. ред. и сост. М. А. Кронгауз ; вступ. ст. Е. В. Падучевой. – Москва : Рус. слов., 1996. – 411 с. – Текст : непосредственный.

11. **Даль, В. И.** Иллюстрированный толковый словарь русского языка : современная версия / В. И. Даль ; [подгот. текста, современная версия Вадима Татаринова]. – Москва : Эксмо, 2007. – 287 с. – Текст : непосредственный.

12. **История туризма** : учебник / В. Э. Багдасарян, М. Б. Биржаков, В. Ю. Бобылев [и др.]. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 256 с. – Текст : непосредственный.

13. **Каменева, В. В.** Гостиничный бизнес: управление и детерминанты развития : монография / В. В. Каменева, И. В. Калашникова. – Хабаровск : ТОГУ, – 2009. – 185 с. – Текст : непосредственный.

14. **Кусков, А. С.** Гостиничное дело : учебное пособие / А. С. Кусков ; Москва : Дашков и К, 2010. – 326 с. – Текст : непосредственный.

15. **Никитина, И. П.** Проксении Херсонеса Таврического / И.П. Никитина. – Текст : электронный // Античная древность и средние века. – Вып. 15. – С. 98. – URL: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/2320/1/adsv-15-09.pdf> (дата обращения 30.06.2021).

16. **Першиц, А. И.** Гостеприимство / А. И. Першиц. – Текст : непосредственный // Свод этнографических понятий и терминов. Социально-экономические отношения и соционормативная культура : в 3 томах. Т. 1 /

под общей редакцией Ю. В. Бромлея и Г. Штробаха. – Москва : Наука, 1986. – Вып. 1. – 240 с.

17. **Рогачев, М.** Современные технологии на службе у гостиниц: тенденции и перспективы развития / М. Рогачев. – Текст : непосредственный // Гостиничное дело. – 2009. – № 12. – С. 15 –17.

18. **Роглев, Х. Й.** Основы гостиничного менеджмента. / Х. Й. Роглев. – Текст : электронный // Электронная туристическая библиотека. – URL: <http://tourism-book.com/pbooks/book-62/ru/> (дата обращения 30.06.2021).

19. **Синебрюхов, Л.** Конрад Хилтон – история великого отельера / Л. Синебрюхов. – Текст : непосредственный // Парад Отелей. – 2007. – № 4. – С. 34–36.

20. **Тимохина, Т. Л.** Организация приема и обслуживания туристов : учебное пособие / Т. Л. Тимохина. – Москва : Форум : Инфра-М, 2013. – 351 с. – Текст : непосредственный.

21. **Чеснов, Я. В.** Лекции по исторической этнологии : учебное пособие / Я. В. Чеснов. – Москва : Гардарика, 1998. – 397 с. – Текст : непосредственный.

22. **Яковлев, Г. А.** Экономика гостиничного хозяйства : учебное пособие / Г. А. Яковлев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : РДЛ, 2007. – 326 с – Текст : непосредственный.

Учебное издание

**Астахова** Юлия Геннадьевна  
**Большунова** Татьяна Валерьевна

## **ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО**

**УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ**  
для студентов всех форм обучения  
направления 43.03.02 «Туризм»

Редактор М.Ю. Болгова

Подписано в печать 28.02.2022. Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.

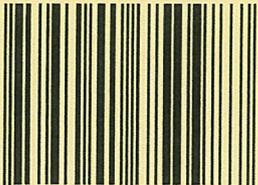
Цифровая печать. Объем 4,1 п.л. Тираж 50 экз. Заказ № 103.

Издательство Липецкого государственного технического университета.

Полиграфическое подразделение издательства ЛГТУ.

398055, Липецк, ул. Московская, 30.

ISBN 978-5-00175-098-7



9 785001 750987 >