Содержание

Введение…………………………………………………………………………..3

1. Понятие индустриальной базы и классификация туристских и гостиничных комплексов РФ и стран Европы………………………………………………...4

2. Цепи отелей………………………………………………………….............14

Заключение………………………………………………………………….…..19

Список литературы…………………………………………………………….20

Введение

Сущность любого явления отражается в его определении. Сложность такого социально – экономического явления, как туризм, характеризуется наличием большого количества определений, которые постоянно дорабатываются и совершенствуются.

В 1954 году ООН было принято следующее определение туризма. Туризм – это активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физического развитие человека, связанный за пределами постоянного места жительства.

В законе «Об основах туристической деятельности» туризм – это временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально – деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

С экономической точки зрения, туризм – это производство и реализация тур услуг и товаров различными организациями, располагающими туристскими ресурсами.

Рассматривая отраслевой аспект туризма необходимо отметить, что в России, согласно действующей классификации отраслей народного хозяйства, туризм в качестве самостоятельного структурного подразделения не выделяется.

Туризм включается в состав таких отраслей, как здравоохранение, физкультура, соц. обеспечение. Этим подчеркивается важная роль активного отдыха в укреплении здоровья населения, утверждения здорового образа жизни.

Огромное значение имеет индустриальная база туризма и общий уровень развития рекреационных ресурсов.

**1. Понятие индустриальной базы и классификация туристских и гостиничных комплексов РФ и стран Европы.**

Индустрия гостеприимства (индустриальная база) или гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и т.п.

Индустрия гостеприимства – это область сервиса, объединяющая гостей, ресторанный бизнес, общепит, отдых, развлечения, организовка конференций и совещаний.

Во всем разнообразии классификаций средств размещения можно выделить три подгруппы:

1.Стандартная международная и европейская классификация средств размещения (ВТО и EUHS) предполагает и утверждает две разновидности средств размещения: коллективные и индивидуальные. В свою очередь коллективные средства размещения подразделяются на гостиницы и аналогичные средства размещения; специализированные средства размещения и прочие коллективные объекты размещения.

2.Внутригосударственная классификация — набор требований и нормативов, обязательных для выполнения средствами размещения конкретного государства в зависимости от класса. В каждом государстве формируются типы отелей, учитывающие особенности географического положения, климатические условия и особенности сложившегося спроса. В настоящее время в мире действует около 30 различных национальных систем категоризации средств размещения и прежде всего гостиниц. (Система звезд — от 1 до 5; система букв — A, B, C, D; система корон, ключей, лун, яблок, бриллиантов.) Их можно объединить в две основные группы: европейская, в основе которой лежит французская национальная система, и балльная оценка, в основу которой положена индийская национальная система (преобладает в странах Азии и Африки). Помимо минимальной площади номера квалификационные системы устанавливают требования к оборудованию и оснащению отеля в зависимости от класса; спектру оказываемых услуг, а также к временным промежуткам, в которые эти услуги должны быть оказаны. Размерность номеров колеблется от 12 кв. м во Франции до 24 кв. м в Австрии — для стандартных номеров в четырехзвездочном отеле.

3.Внутренняя классификация гостиничных сетей (цепей). Собственный подход к классификации гостиниц имеют гостиничные цепи. Обычно в них выделяются не категории, а бренды — торговые марки. В требованиях к каждой марке учитывается не только уровень комфорта, но и назначение, месторасположение и некоторые другие критерии. Необходимо отметить, что по сравнению с национальными классификациями гостиничные цепи устанавливают более высокие требования и стандарты к объектам своих торговых марок. Естественно, каждая цепь старается формировать определенный имидж — узнаваемый и уважаемый тем клиентом, на которого ориентирована марка. Для этого каждая цепь вводит стандарты, разные для каждой марки в одной стране, но одинаковые для одной и той, же марки в разных странах. Например, InterContinental, представленный на российском и московском рынках отелями под маркой Holiday Inn, устанавливает довольно жесткие стандарты по отношению к объектам, работающим под этой маркой и находящимся как в прямом управлении цепью, так и действующим на основании договора франчайзинга. Все без исключения отели подвергаются ежегодной проверке, и при несоблюдении стандартов и требований лицензия на право использования торговой марки отзывается по условиям договора, а отель выбывает из состава цепи. Краткие требования одной из известных гостиничных цепей к отелям своих марок представлены в приложении 1.

4.Классификация туристических и других ассоциаций. В мировой практике имеются случаи, когда в пределах одной страны существует несколько систем классификаций. Например, в Великобритании наряду с системой «корон» используется классификация, предложенная Ассоциацией британских туристических агентств, а в Америке вообще нет официальной и утвержденной системы классификации. Наиболее известной здесь является классификация, разработанная Автомобильной ассоциацией Америки (ААА).

Установление уровня комфорта гостиниц в настоящее время лежит в основе более 30 систем классификаций. Уровень комфорта и качества оказываемой, а следовательно продаваемой услуги — это главнейший и решающий фактор, влияющий на определение класса гостиницы. В каждом отдельном государстве к пониманию уровня комфорта как критерия классификации подходят по-разному. Именно это обстоятельство, а также ряд факторов, обусловленных культурно-историческими и национальными традициями государства, препятствуют введению в мире единой классификации гостиниц.

В сфере туризма для удобства определения требований потребителей и предложения туроператоров общепринята система «звезд». Но в связи с многообразием видов средств размещения возникает проблема их единой классификации. Она усложняется не всегда явными различиями между отелями, мотелями и туристическими базами, а также национальной спецификой и субъективизмом владельцев, создающих для своей собственности дополнительные определения. Исходя из того что гостиничная индустрия состоит из самых различных сегментов, многие средства размещения не попадают ни в один конкретный класс, а некоторые, наоборот, могут соответствовать нескольким классам.

Подтверждение класса гостиницы осуществляется путем сертификации. Сертификация оказываемой услуги — процедура подтверждения соответствия, посредством которой независимая организация удостоверяет в письменной форме, что услуга соответствует установленным требованиям. Сертификация гостиничных услуг является одним из важнейших элементов системы управления качеством, дающих возможность объективно оценить уровень качества услуг, подтвердить их безопасность для потребителя. Устанавливая класс отеля, определяется уровень комфорта — главнейший фактор, влияющий на выбор и ожидания потенциального гостя. Качество предоставляемой услуги определяет соответствие средства размещения заявленному классу.

Одним из ключевых и актуальных вопросов развития российской гостиничной индустрии является повышение постоянного качества предлагаемых гостиничных услуг и самого продукта для достижения мировых стандартов. Одной из главнейших задач является «развенчивание» понятия «сервис по-русски», так как в течение десятилетий российский гостиничный сервис вызывал недоумение и являлся поводом для анекдотов в мировом сообществе. Повышению репутации российской гостиничной индустрии должна способствовать разработка единых стандартов и правил обслуживания, соответствующих современным ожиданиям и требованиям потребителя гостиничных услуг. Целями стандартизации в сфере гостиничных услуг являются подтверждение и обеспечение поддержания заявленного уровня качества и безопасности потребления услуг, защита интересов потребителей.

Стандартная российская классификация средств размещения — субъектов управления качеством услуг (ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования») (см. приложение 2)

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 15 июля 2005 г. № 1004-р была утверждена «Система классификации гостиниц и других средств размещения», разработанная Ростуризмом. Основными целями Системы являются:

* —обеспечение соблюдения современных стандартов обслуживания и стабильности качества услуг, предоставляемых в гостиницах и других средствах размещения;
* —гармонизация критериев классификации гостиниц и других средств размещения в Российской Федерации с рекомендациями Всемирной туристской организации (ВТО) и существующей зарубежной практикой;
* —дифференциация гостиниц и других средств размещения в зависимости от ассортимента и качества предоставляемых услуг;
* —оказание помощи потребителю в компетентном выборе гостиницы и другого средства размещения;
* —обеспечение потребителя достоверной информацией о том, что категория гостиницы и другого средства размещения подтверждена результатами классификации и соответствует критериям, установленным в нормативных документах, принятых в Системе;
* —повышение конкурентоспособности гостиниц и других средств размещения;
* —содействие увеличению туристского потока и доходов от въездного и внутреннего туризма за счет укрепления доверия российских и иностранных потребителей к объективности оценки предоставляемых гостиниц и других средств размещения.

Государственная система классификации подразделяет средства размещения на три основных типа:

* —гостиницы, мотели и пр. с количеством номеров более 50;
* —гостиницы, мотели и пр. с количеством номеров менее 50;
* —дома отдыха, пансионаты и аналогичные средства размещения

и пять общепринятых категорий:

* —пять звезд;
* —четыре звезды;
* —три звезды;
* —две звезды;
* —одна звезда.

Устанавливаются следующие категории номеров средства размещения:

* —высшая: сюит, апартамент, люкс и студия;
* —первая, вторая, третья, четвертая и пятая.

В международной практике принята Стандартная классификация средств размещения туристов, разработанная экспертами ВТО. По ней все средства размещения делятся на две категории: коллективные и индивидуальные. Под коллективным средством размещения понимается «любой объект, который регулярно или иногда предоставляет туристам размещение для ночевки в комнате или каком-либо ином помещении, однако число номеров, которое в нем имеется, превышает определенный минимум», определяемый каждой страной самостоятельно (например, в России—10 номеров, в Италии—7 номеров). Причем все номера в данном предприятии должны подчиняться единому руководству (даже если оно не ставит целью извлечение прибыли), быть сгруппированы в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и имеющимся оборудованием.

К коллективным средствам размещения туристов относятся:

гостиницы и аналогичные средства размещения, специализированные заведения и прочие предприятия размещения.

Гостиницы обладают следующими признаками:

- состоят из номеров, число которых превышает определенный минимум, имеют единое руководство;

- предоставляют разнообразные гостиничные услуги, перечень которых не ограничивается ежедневной заправкой постелей, уборкой номера и санузла;

- сгруппированы в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами, имеющимся оборудованием и стандартами страны;

- не входят в категорию специализированных заведений.

Аналогичные заведения включают пансионаты и меблированные комнаты, туристские общежития и другие средства размещения, которые состоят из номеров и предоставляют ограниченные гостиничные услуги, включая ежедневную заправку постелей, уборку номера и санузла.

Специализированные предприятия, помимо предоставления услуг размещения, выполняют еще какую-либо другую специализированную функцию.

К числу предприятий данного вида относятся оздоровительные заведения, лагеря труда и отдыха, конгресс-центры и т.д. Прочие коллективные средства размещения предоставляют ограниченные гостиничные услуги, исключая ежедневную заправку постелей и уборку жилых помещений. Они могут состоять не из номеров, а представлять собой единицы типа «жилища», «площадки для кемпинга» или «коллективные спальные помещения (общежития)». Все средства размещения классифицированы по отдельным группам. Группа «Гостиницы и аналогичные предприятия» включает: гостиницы, гостиницы квартирного типа, мотели, придорожные и пляжные гостиницы, клубы с проживанием, пансионаты, меблированные комнаты, туристские общежития.

Группа «Специализированные предприятия» состоит из санаториев, лагерей труда и отдыха, размещения в коллективных средствах транспорта (поездах, морских и речных судах и яхтах), а также конгресс-центрах.

Группа «Прочие коллективные средства размещения» включает комплексы домов и бунгало, организованные в качестве жилищ, предназначенных для отдыха, огороженные площадки для палаток, автоприцепов, домов на колесах, бухты для малых судов, а также молодежные общежития и т. д.

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

Отнесение к тем или иным средствам размещения определяется законодательными актами и нормативными документами каждой страны. Например, в Италии «Основной закон по развитию и совершенствованию туризма» относит к гостиничному хозяйству предприятия по приему туристов—гостиницы, мотели, сельские туркомплексы и пансионаты, базы и лагеря отдыха для молодежи, туристские деревни, сельские дома, дома и меблированные квартиры, дома отдыха, дома молодежи, альпийские приюты. Предприятия размещения в Дании включают гостиницы, мотели, кемпинги, турбазы, дома приезжих, интернаты, имения и т.д.

В Российской Федерации приняты и действуют следующие нормативные документы, определяющие услуги размещения:

Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденные постановлением Правительства РФ от 25 апреля 1997г. №490 (приложение 5);

ГОСТ Р 50645—94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц»,

ГОСТ Р 50690—94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования»;

Общероссийский классификатор услуг населению. ОК 002—93 (ОКУН). Раздел 061600 «Услуги по предоставлению мест проживания»; раздел 041200 «Услуги гостиниц и прочих мест проживания», раздел 082100 «Проживание, лечение и другое обслуживание (входящие в стоимость путевки)»;

Общероссийский классификатор отраслей народного хозяйства (ОКОНХ);

Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг (ОКДП);

Временное положение о лицензировании гостиничной деятельности в г. Москве, утвержденное постановлением правительства Москвы от 3 июня 1997г. №416.

Вышеуказанные документы не раскрывают значение понятий «средство размещения», «гостиница». В постановлении Правительства РФ №416 понятие «гостиница» трактуется как «имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг».

ГОСТ Р 50645—94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц» дает следующие определения некоторых видов размещения: «Гостиница — предприятие, предназначенное для временного проживания. Мотель—гостиница, расположенная вблизи автомобильной дороги».

Развитие рекреационной сети всегда было тесно связано с политико-экономической обстановкой. Происшедшие в последние годы, коренные изменения в этих сферах самым непосредственным образом сказались на современном состоянии и будущем развитии гостиничного хозяйства России.

Организованный отдых все больше становится доступен лишь состоятельной части населения, которая предпочитает зарубежье. Для основной же массы людей он делается все более и более недоступным.

Заметную роль в сокращении спроса играет постоянно возрастающая стоимость услуг гостиничного хозяйства (проживание, питание), а также удорожание транспорта. Последнее сильно отразилось на объемах и дальности поездок — резко сократился поток экскурсантов, прекратились дальние выезды. Одно из главных условий подъема гостиничного хозяйства — возрождение внутреннего туризма.

Западные специалисты, исследующие состояние гостиничного хозяйства России, отмечают недостаточное количество гостиниц, соответствующих мировым стандартам, плохо обученный персонал, устаревшую инфраструктуру и сложности со средствами сообщения.

В гостиничном менеджменте принято различать службы приема и размещения гостей, службу горничных и техническую службу, а также общественные зоны, службы маркетинга и питания. В последнее время большое внимание придается службе безопасности.

**2. Цепи отелей**

В организационной структуре управления гостиницами в мировой гостиничной индустрии с 50-х гг. утвердились две основные модели организации гостиничного дела.

Первая модель—модель Ритца связана с именем швейцарского предпринимателя Цезаря Ритца. Многие престижные отели мира носят его имя. Основная ставка этих гостиниц делалась на европейские традиции изысканности и аристократизма (например, «Палас-Отель» в Москве). В настоящее время эта модель переживает кризис: за последние 25 лет с мирового рынка гостиничных услуг сошло более 2 млн. гостиничных номеров в стиле «палас».

Вторая модель организации связана с именем американского предпринимателя Кемонса Уильсона (цепь гостиниц «Холлидей Инн»). В этой модели делается ставка на большую гибкость в удовлетворении потребностей клиента (независимо от того, в какой стране находится гостиница), в сочетании с поддержанием достаточно высоких стандартов обслуживания. Значительное внимание уделяется интерьеру гостиницы, начиная с холла. Основные требования гостиничной цепи, организованной по этой модели, сводятся к следующему:

- единство стиля (архитектура, интерьер);

- единство обозначений и внешней информации;

- просторный и функциональный холл;

- быстрота регистрации клиентов;

- номера, предусмотренные для постоянных клиентов;

- завтрак «шведский стол»;

- наличие конференц-хола;

- гибкая система тарифов;

- единое управление, маркетинг и служба коммуникаций.

Под контролем гостиничных цепей, построенных по второй модели, находится более 50% гостиничных номеров в мире. Такие цепи являются, по сути, финансово-экономическими империями, управляемыми одним собственником—головным холдингом. Существует и третья модель организации — так называемые «добровольные» гостиничные цепочки (типа «Best Western», «Romantic Hotels» и др.). В этом случае под единой торговой маркой объединяют гостиницы по каким-либо однородным признакам, выдерживающие определенные стандарты и наборы услуг, независимо от страны нахождения. Гостиницы — члены цепи платят взносы в единый фонд, который расходится на объединенные рекламную и маркетинговую деятельность, продвижение продукта и т. д. При этом полностью сохраняется их финансово-экономическая и управленческая самостоятельность. По сути дела эти цепи представляют что-то вроде ассоциации гостиниц, объединенных единым договором.

Возможно и сочетание второй модели с третьей. Пример этого—цепь гостиниц «Аккор». При вступлении в цепь гостиница совсем не обязательно должна стать ее собственностью. В этом случае согласно договору, заключаемому крупными гостиничными цепями (франшизодателями) и вступающими в цепь независимыми гостиницами, последним предоставляется право использовать в коммерческих целях фирменный знак цепи, техническую и коммерческую информацию, информационные системы бронирования, техническую помощь, обучение персонала и другие возможности, находящиеся у франшизодателя. Франшизное предприятие выплачивает за это обусловленную в договоре компенсацию. Система франшизных договоров получила большое распространение в мире.

Статистика показывает, что входящие в цепь отели имеют на 60% больше средний доход и на 8% больше заполняемость, чем самостоятельные предприятия. В статье 1027 Гражданского кодекса Российской Федерации договор франшизы носит название «Договор коммерческой концессии». По договору пользователю предоставляется право заимствовать фирменное название, коммерческую информацию, товарный знак правообладателя за определенную плату (разовую или периодическую).

Западная Европа остается оплотом модели Ритца. Вначале 1995г. 50 действующих в Европе цепей объединяли 3400 гостиниц с 410000 номеров. Однако в Европе продолжают преобладать традиционные гостиницы, которые готовы скорее на создание добровольных цепей, чем на вхождение в крупные гостиничные империи. В табл. приведена основная десятка гостиничных цепей мировой гостиничной индустрии, классифицированных по количеству номеров приведены некоторые международные гостиничные цепи, имеющие свои гостиницы в России.

Таблица

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название головного холдинга (подразделения) | Страна нахождения штаб-квартиры | Количество номеров |
| Hospitaliti Franchise Sistem Blanstone Part. Holiday Inn World wide Best Western International Accor Choice Hotel International Mariott International ITT Sheraton Corp. Promus Corp. Hilton Hotel Corp. Carlson Hospitality World wide | США Англия США Франция США США США США США США | 490000 386323 295 305 279145 271812 251425 130528 105930 101 000 91 177 |

Некоторые гостиничные цепи России

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Группа | Гостиница/город | Количество номеров | Год открытия |
| Holiday Inn | «Виноградове» Москва | 154 | 1998 |
| Radisson | «Славянская», Москва | 430 | 1991 |
|  | «Лазурная», Сочи | 300 | 1993 |
|  | «Пик-Отель», Сочи |  |  |
| Kempinski | «Балчуг», Москва |  | 1995 |
|  | Гранд-отель «Европа», |  |  |
|  | Санкт-Петербург |  |  |
| Marriott | «Гранд-отель», Москва | 400 | 1997 |
| (Renaissance) | «Пента-Ренессанс», Москва |  | 1980 |
| Sheraton | «Палас-Отель», Москва | 221 | 1997 |
|  | «Невский палас», | 287 | 1997 |
|  | Санкт-Петербург |  |  |
| Le Meridien | «Националь», Москва | 231 | 1991 |
| Accor | «Софитель», Москва | 195 | 1992 |
|  | «Новотель», Москва | 488 | 1992 |
| Hilton | Проект, Москва | 300—350 | 2000 |

По данным Международной ассоциации гостиниц, доходы мировой гостиничной индустрии в 1994г. составили 247 млрд. долл. В мире насчитывается около 307683 гостиниц (с числом номеров 11 333 199), наибольшая концентрация которых приходится на Европу и Северную Америку (70%). На каждый гостиничный номер приходится примерно один служащий (всего 11,2 млн. человек). Более 4 млн. служащих работают в гостиничной индустрии США. Средняя занятость номеров по гостиницам мира составила 67,7%, средний доход—84,4 долл. Решающим при определении доходов гостиницы являются показатели уровня загрузки и тарифной стоимости одного дня проживания.

**Заключение**

Введение Системы классификации может привести к обеспечению стабильности качества обслуживания в гостиницах и других средствах размещения. Классификация гостиниц и других средств размещения позволит оценивать их соответствие как техническим требованиям (по состоянию материально-технической - индустриальной базы), так и качественным характеристикам обслуживания.

Система классификации гостиниц и других средств размещения - это единственная подобная система в нашей стране, одобренная государством. Принятие этой системы особенно важно в рамках процесса вступления России во Всемирную торговую организацию (ВТО). Система разработана с учётом положений Федерального Закона "Об основах туристской деятельности в РФ" и Закона "О защите прав потребителей", Концепции развития туризма в Российской Федерации, рекомендаций ВТО и существующей зарубежной практики. Соблюдение современных стандартов обслуживания и стабильности качества, предоставляемых в гостиницах и других средствах размещения услуг поможет потребителю правильно выбрать гостиницу, а также обеспечит его достоверной информацией о её статусе. Классификация гостиниц и других средств размещения позволит оценивать их соответствие как техническим требованиям (по состоянию материально-технической базы), так и качественным характеристикам обслуживания. В конечном счёте, цель системы - это повышение конкурентоспособности гостиниц, увеличение туристского потока и, следовательно, доходов от въездного и внутреннего туризма.

**Список литературы**

* 1. Папирян Г.А.Менеджмент в индустрии гостеприимства.-М.6Экономика 2000.-207 с.
  2. Менеждмент туризма: Туризм и отраслевые системы: Учебник.-М.6Финансы и статистика, 2001.-272 с.
  3. http://www.russiatourism.ru/