**Содержание:**

Введение……………………………………………………………………………3-4

1.Типы гостиничных предприятий и их характеристики……………………….5

1.1.Гостиницы и аналогичные предприятия…………….……………..…..5-11

1.2.Специализированные, смешанные и прочие виды средств размещения……………………………………………………….…………11-15

2.Гостиничные цепи………………………………………………………………..16

Заключение…………………………………………………………………………17

Список использованных источников……………………………….…………….18

**Введение.**

Возникновение первых предприятий гостиничной индустрии связано с Древним Римом (примерно 50-й г. до н. э.). В огромной Римской империи было множество чиновников и купцов, которым приходилось часто выезжать по делам. Для их размещения стали строиться постоялые дворы, располагавшиеся вдоль главных дорог в городах и деревнях. С упадком Римской империи (Iв.н.э.) постоялые дворы и таверны, потерявшие клиентуру, разорялись. Только спустя четыре века, в эпоху средневековья, с развитием торговли и путешествий стали возрождаться предприятия размещения. Бурное развитие европейской экономики в эпоху Возрождения, появление новых ремесел, расширение торговли между странами - все это также способствовало росту потребности в постоялых дворах. Англичане, путешествующие по Европе или переселявшиеся в Америку, приносили с собой опыт строительства и управления тавернами и постоялыми дворами, который и положил начало современной гостиничной индустрии.

Сегодня в мировом гостиничном фонде выделяются две главные группы гостиниц: для постоянного проживания и для временного проживания. В свою очередь, они подразделяются на: 1) транзитные гостиницы, обслуживающие любой контингент в условиях кратковременной остановки; 2) гостиницы делового назначения, обслуживающие лиц, находящихся в деловых поездках и командировках; 3) гостиницы для отдыха (туристские, курортные и т. п.). Для всех этих гостиниц разработаны общие обязательные требования на период временного проживания клиентов, наличие условий для размещения, питания, бытового обслуживания, а также специфические требования, обусловленные необходимостью удовлетворять клиентов с учетом их запросов.

По определению ВТО, гостиница – это коллективное средство размещения, состоящее из определенного количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее набор услуг (минимум – заправку постелей, уборку номера и санузла) и сгруппированное в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров.[4]

Гостиницы обладают следующими признаками:

* состоят из номеров, число которых превышает определенный минимум, имеют единое руководство;
* предоставляют различные 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.

При классификации гостиниц в разных странах используются различные системы, которых сейчас существует более тридцати. Введению единой классификации гостиниц в мире препятствует ряд факторов: культурно-историческое развитие страны, национальные особенности, различия в критериях оценки качества обслуживания. Наряду с понятием «гостиница» сегодня всё чаще используется термин «отель». Который определяет гостиничное предприятие. Представляющее широкую номенклатуру и высокое качество услуг, создаёт изысканный комфорт и атмосферу гостеприимства.[5]

Большинство гостиничных предприятий мира входит в ту или иную гостиничную цепь.

Размещение – самый важный элемент туризма. Гостиничная индустрия – суть системы гостеприимства. Она исходит из древнейших традиций в истории человечества – уважения гостя, торжества его приёма и обслуживания.

1. **Типы гостиничных предприятий и их характеристики.**

100 лет назад существовало лишь 2 вида предприя­тий размещения:

* роскошные отели для представителей высших слоев об­щества;
* постоялые дворы для всех остальных.

Сегодня потребитель гостиничного про­дукта имеет дело с большим разнообразием форм и видов пред­приятий размещения, от роскошных отелей и гостиниц эко­номического класса до мотелей и кемпингов, что делает любую систематизацию типов и характеристик предприятий разме­щения весьма условной. Но с учетом того, как они оформлены и скомбинированы в единый комплекс, всё же складывается определенный тип предприятия.

Все средства размещения классифицированы по отдельным группам: группа «Гостиницы и аналогичные предприятия», группа «Специализированные предприятия», группа «Прочие коллективные средства размещения» [3]

**1.1.Гостиницы и аналогичные предприятия**

В мировой практике получила распространение следующая типология гостиничных предприятий:

* *Отель-люкс* - по вместимости данный тип гостиниц относится к малым или средним предприятиям (100-400 номеров). Обычно располагается в центре крупного города с развитой экономикой. Хорошо обученный персонал обеспечивает очень высокий уровень сервиса самым требовательным клиентам, которыми являются участники конференций, деловых встреч, бизнесмены, высокооплачиваемые профессионалы. Характерна очень высокая цена номера, включающая всевозможные виды обслуживания. Присутствует элитарная дорогая отделка номеров. Управление осуществляет профессиональная управляющая компания.[7]
* *Гостиница среднего класса* - по вместимости больше отеля (400-2000 мест). Располагается в центре города или городской черте. Предлагает достаточно широкий набор услуг, и цены на них равны уровню региона расположения или несколько выше. Имеется хорошо обученный персонал для всех видов услуг. Рассчитана на прием бизнесменов, туристов-индивидуалов, участников конгрессов, конференций и т.д. Оснащена дорогой мебелью и оборудованием, имеет большое фойе, рестораны. Управление – профессиональная управляющая компания.[7]
* *Гостиница-апартамент[[1]](#footnote-1) (апарт-отель*) - по вместимости малых или средних размеров (100-400 мест). Характерна для крупного города с непостоянным населением. Представляет собой квартирный тип, используемый в качестве временного жилья, чаще всего на базе самообслуживания. Цена в данном типе гостиниц, как правило, варьируется в зависимости от спроса и сроков размещения. Обслуживает семейных туристов и бизнесменов, коммерсантов, останавливающихся на длительный срок. Аналогична полностью меблированной квартире. Управление – профессиональная управляющая компания.
* *Сюит‑отели.* Отели такого типа совсем недавно появились на мировом гостиничном рынке и являются своеобразной разновидностью апарт‑отелей. Отличие между ними состоит в том, что апартаменты имеют кухонное оборудование, а сюит‑отели нет. Отдельные предприятия предлагают услуги питания, которые могут включаться или не включаться в стоимость проживания. Сюит‑отели предоставляют номера, состоящие из гостиной и спальни. Количество и площадь помещений общего назначения сокращены до минимума, равно как и ограничен набор дополнительных услуг. Клиентами таких отелей являются семейные туристы, бизнесмены, профессионалы, командированные работники.
* *Бизнес-отель* — специализированная гостиница для обслуживания бизнесменов. Первый бизнес-отель был открыт в 1908 году в Буффало (США) Элсвортом М. Статлером под названием «БУФФАЛО СТАТЛЕР» и предоставлял бизнесменам максимальные для того времени удобства: наличие индивидуальных дверных замков, водопровода, туалетных комнат, выключателей у дверей, ванных в каждом номере, бесплатной утренней газеты. Наиболее быстрыми темпами бизнес-отели начали развиваться в 20-е гг. Именно в это время был построен самый большой в мире отель «СТЕФЕНС» (1927 г.), позже переименованный в «КОНРОД ХИЛТОН» и ознаменовавший начало империи Конрода Хилтона в гостиничном бизнесе.
* *Алькасар* - старинный средневековый замок, построенный в мавританском стиле (Испания) и используемый как высококлассный отель для очень именитых гостей: королевская знать, президенты государств и пр.
* *Гостиница экономического класса -* предприятие малой или средней вместимости (10 - 150 мест). Располагается вблизи магистралей или сельской местности. Характерно простое и быстрое обслуживание, ограниченный набор услуг, ограниченное число персонала. Потребители – бизнесмены и индивидуальные туристы, не нуждающиеся в полном пансионе и стремящиеся к фактической оплате потребляемых ими услуг. Фойе и пищеблока нет. Управление данным типом гостиничного предприятия осуществляет индивидуальный владелец или франшизный[[2]](#footnote-2) член.[7]
* *Курортная гостиница -* предприятие со значительными различиями по вместимости (100 – 500 мест), предлагающее полный набор услуг гостеприимства в большем, чем гостиница ассортименте в виду отдалённости. Номерной фонд курортных гостиниц состоит в основном из одно-двухместных номеров. В ряде случаев предусматривает­ся возможность дополнительного размещения в номере третье­го спального места (для ребенка). В связи с относительно дли­тельным сроком проживания в курортной гостинице (до 1 ме­сяца) в номерах предусматривают увеличенный размер встро­енных шкафов для хранения вещей и белья. Существенное зна­чение придается ориентации номеров и виду, открывающему­ся из окна. В номере выделяют зону дневного отдыха, которая распространяется на лоджию, балкон, веранду. Курортные гостиницы имеют развитой состав помещений культурно-массового обслуживания (залы многофункциональ­ного назначения, холлы для отдыха, библиотеки, бильярдные, помещения для игр и др.), иногда помещения для отдыха и игр детей, а также помещения и сооружения спортивного на значения (плавательные и плескательные бассейны, спортза­лы, спортивные площадки и др.). Кроме того, здесь можно получить комплекс специального медицинского обслуживания и диетического питания. Располагается в курортной местности, изолированно, вблизи географических особенностей (горы, море, озеро и т.д.). Цена – выше среднего частично из-за расположения, широкого набора услуг и удобств. Возможна комплексная цена. Осуществляется одиночный и семейный отдых, проходят групповые мероприятия, симпозиумы, конгрессы. Имеется большое количество спортивных сооружений, большое привлекательное фойе, дорогие рестораны, номера типа «апартамент». Управляет независимая прфессиональная управляющая компания.
* *Гостиница типа кондо-минимум / таймшер[[3]](#footnote-3).* Обычно имеет 50 – 250 номеров (возможны значительные различия). Встречаются отдельные строения по 4 – 5 номеров. Гостиница аналогична курортной в зависимости от географических особенностей. Услуги – аналогичные курортным. Цены – курортные. Потребители: владельцы – индивидуалы с целью вложения средств и владения помещением для отдыха, арендаторы – с целью получения помещения для отдыха. Имеет спортивные сооружения аналогично курорту, но меньшее по размеру фойе, ресторан, помещение для собраний, номера типа «апартамент». Управляет независимая профессиональная управляющая компания.[1]
* *Мотель* - простые одно- или двухэтажные сооружения, расположенные вне городской застройки, в пригороде, у автомагистралей. Это малые или средние предприятия (150 - 400 мест). Характерен средний уровень обслуживания при небольшом количестве персонала. Обычно в комплекс мотеля входят ресторан, бар, зал для просмотра кино, тренажерные и игровые помещения, бассейн и т.п. Клиентами являются разные категории туристов, но с акцентом на познавательный автотуризм. Управление – профессиональная управляющая компания, индивидуальный владелец или франшизный член. Появились мотели после Второй Мировой войны, в 50-е годы, как ответ на изменения в американс­ком образе жизни. В 1952 году Кеммонс Уилсон построил один из первых отелей для автомобилистов «Холидей-Инн». К этому времени американцы стали больше путешествовать, что требовало новых типов гостиниц. Возник­ла необходимость в помещениях, удобных для семейного раз­мещения, но без необходимости оплаты всего комплекса ус­луг, предлагаемых гостиницей. Появление мотелей с ограни­ченным набором услуг по более низким ценам было наилуч­шим решением. Рост числа и популярности мотелей как новой гостиничной концепции создал значительную напряженность в отношени­ях между владельцами этих двух видов предприятий разме­щения. Дело в том, что предпочтение, которое отдавалось кли­ентами мотелям, делало многие небольшие гостиницы ранней постройки неконкурентоспособными. Многие из них были вы­нуждены закрыться навсегда. Борьба приобретала в некоторых местах драматический характер, не обходилось и без поджогов и убийств. Мир наступил только в 60-х годах, когда владельцы традиционных гостиниц восприняли наконец эту «новую идею», осознав, что она является необходимым дополнением к гостиничной индустрии США. Признание новой гостиничной концепции проявилось в при­нятии владельцев мотелей и гостиниц для автотуристов в Аме­риканскую Гостиничную Ассоциацию, которая чуть позже была переименована в Американскую Ассоциацию Мотелей и Гос­тиниц (ААМГ). [6]
* *Частная гостиница типа «ночлег и завтрак»* - получила широкое распространение в США. Это гостиница малой (иногда средней) вместимости – 10 -150 номеров. Расположена в пригороде или сельской местности. В обслуживание, как правило, входят завтрак и ранний легкий ужин в домашней обстановке. Цены среднего уровня, включают закуски и завтрак. Уют, обилие зелени, декорирование – специально для данного рынка. Клиентами являются коммерсанты и маршрутные туристы, стремящиеся к домашнему уюту. Управление осуществляет индивидуальный владелец или ассоциированный член гостиничной цепи.
* *Отель-гарни* - предприятие, представляющее клиентам ограниченное количество услуг: размещение и континентальный завтрак.
* *Гостиница конгрессная* — гостиница, специализирующаяся на приеме и обслуживании гостей конгрессов и выставок. Гостиница курортная — гостиница, специализирующаяся на приеме и обслуживании туристов, прибывших в данное место в целях отдыха и рекреации. Ее концепция включает предоставление помещений и дополнительных удобств для обслуживания индивидуальных посетителей, семей и групповых туристов, прибывающих на отдых в воскресные дни и на каникулы. В последние годы многие курортные гостиницы с целью выровнять загрузку в межсезонье стали обращать внимание на конгрессный и деловой туризм, являющиеся вторым и третьим по значению сегментами рынка.
* *Гостиный двор* - предприятие, отличающееся от отелей упрощенным стандартом обслуживания, вместимостью (вместимость номерного фонда гостиных дворов, как правило, меньше вместимости отелей), отсутствием ряда общественных помещений для встречи и пребывания гостей. В структуре гостиного двора обязательно наличие ресторана или бара.
* *Пансион* — предприятие с простым стандартом и ограниченным спектром услуг. В отличие от отелей-гарни здесь предоставляются завтраки, обеды и ужины (полный пансион), которые могут получить только постоянно проживающие здесь клиенты. Главное отличие пансиона от гостиницы заключается в том, что он не подпадает под категорию классности. Пансион широко распространен в мировой практике. Пансион, таким образом, — это некая свободная форма, возникающая в зданиях, которые при строительстве и не мыс­лились как гостиницы. Проживание в пансионе обходится гораздо дешевле, чем в обычных гостиницах. Он не подпадает под категорию звездности, так как не обязан соответствовать стандартам. Традиционный пансион отличается небольшим количеством комнат и обычно рассчитан на проживание 10—20 человек (иногда количество мест доходит до 50). Чаще всего он принадлежит одной семье, которая и обслуживает постояльцев. Для пансионата характерна атмосфера радушия и тепла, что наряду с низкими ценами привлекает клиентов.[1]
* *Хостел* - студенческая гостиница, предоставляющая недорогой ночлег. Небольшой набор недорогих услуг.

**1.2.Специализированные, смешанные и прочие виды средств размещения**

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. Специализированные предприятия, помимо предоставления услуг размещения, выполняют еще какую‑либо другую специализированную функцию, например, организацию конференций, лечение и т. д.

Группа «Прочие коллективные средства размещения» включает комплексы домов и бунгало, организованные в качестве жилища, предназначенного для отдыха, огороженные площадки для палаток, автоприцепов, домов на колесах, бухты для малых судов, а также молодежные общежития и т. д. Прочие коллективные средства размещения предоставляют ограниченные гостиничные услуги, исключая ежедневную заправку постелей и уборку жилых помещений. Они могут состоять не из номеров, а представлять собой единицы типа «жилище», «площадки для кемпинга» или «коллективные спальные помещения (общежития)».[1]

Смешанные виды средств размещения получают самые нео­жиданные способы решений. Так, за рубежом, особенно в США, начали строить следующие типы гостиничных предприятий:

* *ротели* — для путешествующих на автомашинах с трей­лером;
* *бошели* — прибрежные гостиничные учреждения, обслуживающие путешествующих на воде, в состав которых входит жилье, система культурно-бытового обслуживания, специализированные сооружения и устройства технического обслужи­вания плавсредств;
* *ботокемпинги* — сезонные гостиничные учреждения типа кемпингов;
* наплавные сезонные *флотели* и *флотокемпинги,* совме­щающие функции гостиницы, а также стоянки технического обслуживания и зимнего хранения плавсредств;
* *флайтели* — гостиницы для владельцев личных самоле­тов (к примеру, флайтель-мотель вблизи Таласа, штат Оклахо­ма, США) и др.

Характеристика некоторых видов специализированных, смешанных и прочих видов средств размещения.

* *Ботокемпинги*предназначены для обслуживания водных туристов в походе. К этому типу учреждений относятся «вод­ные станции», получившие распространение в Польше, и «лет­ние туристские городки» в Германии. Вместимость *«водной станции»* 200 человек; на одного человека приходится около 100 м2 благоустроенной террито­рии. На станции размещены участки для палаток, площад­ки отдыха, административные здания, а также пляжи, при­чалы, эллинги и ремонтные мастерские с сокращенной про­граммой обслуживания. Это учреждения сезонного исполь­зования типа кемпинга, характеризующиеся невысоким уровнем комфорта.[7]
* *Ротель* - передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно-, двухместными отсеками, в которых расположены спальные кресла. Они удобны, имеют 3 регуля­тора положения. Каждый отсек снабжен вентиляцией и инди­видуальным освещением. Имеется отсек для переодевания, умывальник, туалет. В задней части вагона - кухня, холодильник.[2]
* *Флайтель* - аэрогостиница, или «летающий отель». Гостиницы для владельцев личных самоле­тов (к примеру, флайтель-мотель вблизи Таласа, штат Оклахо­ма, США) и др. Чрезвычайно дорогой и немногочисленный тип гостиниц. Оборудован посадочной площадкой и связью с метеослужбами. Флайтели, как правило, располагаются вдали от цивилизо­ванных мест. В них никаким путем, кроме воздушного, доб­раться невозможно. При флайтеле располагаются аэродромы, ангары, эллинги, мастерские. Есть, разумеется, и рестораны, бары, концертные залы, дансинг и т. п. В некоторых из флайтелей реклама обещает катание на воз­душных шарах разного калибра (объема) и прогулки на раз­личных дирижаблях. Имеются при флайтеле и привязочные аэростаты для воздушных и солнечных ванн и т. д. Понятно, что все это стоит больших денег и доступно только очень бога­тым людям. Первое такое гостиничное предприятие возникло вблизи города Таласа в штате Оклахома, ЙЕНА.[7] Рекламный буклет это­го предприятия предлагает посадочную площадку для верто­летов, небольшой аэродром для самолетов, радиостанцию для пилотов и непосредственную связь с метеорологической стан­цией. Пилоты могут во время полета разговаривать с руковод­ством флайтеля, бронируя для себя номер и место для стоянки самолета или вертолета. Возможно, что этот новый вид гостиничной услуги имеет перед собой перспективы развития.
* *Ботель -* небольшая гостиница на воде, в качестве которой используется соответствующим образом оборудованное небольшое судно. Термин «ботель»— это новое понятие *(boat* — лодка, суд­но, *hotel* — гостиница). Ботели — это сезонные или круглогодичные учреждения. К этой группе относятся «центры водного туризма» (Польша), «базы-городки отдыха» (Германия), флотели (Испания и Юго­славия) и т. п. Эти учреждения характеризуются высоким уровнем ком­форта и предназначены прежде всего для занятий летним вод­ным туризмом, байдарочным или парусным спортом, а зимой — буерным спортом. Ботели целесообразно размещать в начальной и конечной зонах маршрута с учетом наибольших возможностей техничес­кого обслуживания плавсредств. На выбранной для отеля тер­ритории следует предусмотреть следующие зоны: гостинич­ного корпуса, рекреации и спортивных площадок, техническо­го обслуживания и ремонта плавсредств.[7]
* *Флотель* - большая гостиница, часто называемая «курортом на воде». Туристам предлагаются комфортабельные номера с большим набором услуг: бассейны, водные лыжи, снасти для рыбной ловли, оснащение для подводного плавания и подводной охоты, тренажерные залы, залы для конгрессов и конференций, библиотеки, разнообразное обеспечение (телефон, телефакс, телетайп, телевизор и т.д.). В последнее время часто используется для организации бизнес-туров, конгресс-туров, конгресс-круизов, обучающих туров. Гостиницы на воде — зафрахтованные комфортабельные суда — в последнее время часто используются для организации специализированных путешествий и круизов, таких, как бизнес-туры, конгресс-туры, туры с обучением и т. п.[7]
* *«Марина» - о*собый тип сооружения водного туризма, обще­ственная стоянка. Особое распространение «марины» получили в США, Канаде, Западной Европе. «Марина» стала неотъемлемой частью структуры учрежде­ний водного туризма в США. Вместимость «марин» различна и зависит от величины су­ществующего рекреационного флота, от предполагаемого про­ката, от перспектив развития водного туризма и от площади акватории. Для функционирования «марины» минимальной является площадь водной поверхности 100 га. «Марины» могут быть городскими и загородными. Городс­кие «марины» предназначены для постоянной паркировки рекреационного флота жителей города, а также для временных стоянок судов и обслуживания транзитных водных туристов. Такие стоянки отличаютея высоким уровнем комфорта и тех­нического обслуживания плавсредств. Загородные «марины» располагаются в пределах полутора­часовой доступности и функционируют в основном как само­стоятельные объекты. Они предназначены для обслуживания транзитных водных туристов и имеют все необходимые эле­менты для обслуживания туристов и их плавсредств.[7]
* *Кемпинги* представляют собой гостиничные предприятия облегченного типа для сезонной эксплуатации и предназнача­ются для отдыха автотуристов и парковки их автотранспортных средств. Все виды обслуживания в кемпингах упрощенные: спальные места размещаются в зданиях летнего типа, часто де­ревянных, без отопления, или в палатках; санитарные узлы в основном общие. Широко развиты различные формы самообс­луживания. Иногда при кемпингах имеются автозаправочные станции и мастерские мелкого ремонта автомобилей. Получают развитие также смешанные виды типа «мотель-кемпинг», пре­дусматривающие возможность летнего расширения вместимос­ти мотеля за счет расположенного на его территории кемпинга. Получают развитие также смешанные виды типа «мотель-кемпинг», пре­дусматривающие возможность летнего расширения вместимос­ти мотеля за счет расположенного на его территории кемпинга.[7]
* *Бунгало* — небольшое лёгкое загородное строение с верандами, используемое в тропических и южных странах для размещения туристов. Широко распространено в международных молодежных туристских центрах. **2.Гостиничные цепи.**

Гостиничная цепь – это группа гостиниц (2 и более), осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепью, которое получает преимущества от любой прибыли, но в то же время несет и бремя ответственности за операционные потери.[4] Крупнейшие международные гостиничные цепи: Holiday Inn Worldwide, Best Western International, Sheraton, Ramada, Hilton International, Radisson Hotels International, Continental Hotel Group, Marriott Hotels, Le Meridian, Four Seasons, Rits-Carlton, Accor. Гостиничная цепь «Ассог» является крупнейшей в Ев­ропе. Она предлагает отели различных классов и выступа­ет на рынке с разными марками. Марки «Пульман», «Со­фитель», «Новотель» - это отели высшего класса; марки «Алтеа / меркур» - среднего класса; марки «Архад, Ибис / Урбас» - отели 2 звезды и отели «Формула 1» - 1 звезда.

Первые шаги внедрения иностранных гостиничных компаний в России относятся к началу 1990-х годов. До распада СССР в стране существовала единственная гости­ничная цепь - цепь гостиниц «Интурист». В 1970 г. она занимала 23-е место среди крупнейших цепей мира и на­считывала свыше 27 тыс. номеров. Хотя эти гостиницы были лучшими в стране, уровень обслуживания в них был значительно ниже мировых стандартов.

Иностранные компании начали участвовать в строи­тельстве, реконструкции гостиниц и их управлении в пер­вую очередь в Москве и Санкт-Петербурге.

Рынок России привлекает в настоящее время и другие международные гостиничные компании, в том числе «Hilton» и «Choice Hotels Intern».

В России планируется создание собственных гостинич­ных цепей. Например, АО «Интурист» создает гости­ничную цепь «Интурист Корона». Создана гостиничная цепь «Интуротель - ЕвроАзия», учредителями которой стали члены Ассоциации «ЕвроАзия»; в Орле - АО «Орел-интурист», в Сочи - АО «Гостиничный комплекс "Жемчу­жина"» и т. д.[6]

**Заключение.**

Так как одним из основных направлений туристской деятельности является решение вопросов, связанных с обеспечением туристов средствами размещения, гостиницы являются неотъемлемой частью туризма и входят в состав туристской индустрии. Поэтому, гостиничное хозяйство - одна из важнейших отраслей туристской индустрии. Особенность туристских гостиниц — наличие помещений туристского обслуживания, а также туристско-методических кабинетов и инструкторских (для методической работы инст­рукторов с туристскими группами).

В каждом государстве формируются свои типы гостиничных предприятий, учитывающие особенности географического положения, климатических условий, ряда других факторов и, самое главное, особенности сложившегося спроса. Разнообразие интересов потребителей гостиничных услуг определяет современную сегментацию мирового гостиничного рынка и разнообразие гостиниц.

В данной работе представлены основные типы гостиниц, распространённых в мировой практике. Изучая характеристики разных типов гостиничных предприятий можно сделать вывод, что на сегодня мировая сеть отелей представлена на любой вкус и может удовлетворить практически любые пожелания потребителей в зависимости от их интересов и возможности оплаты предоставляемых услуг.

**Список использованных источников:**

1. А.С. Кусков. Гостиничное дело: учебное пособие.
2. Гостиничный и туристический бизнес / Под ред. проф. Чудновского А. Д. М., Ассоциация авторов и издателей «Тандем». – М.: Издательство «Экмос», 1998.
3. Денисенко А.В., Сенин В.С. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения. – М.: Финансы и статистика, 2004.
4. Квартальнов В. А. Туризм / Учеб. пособ. - М.: Финансы и статистика, 2006. – 236 с.
5. Организация туризма: учебное пособие / А.П.Дурович, Н.И.Кабушкин, Т.М.Сергеева и др.; Под общ. ред. Н.И.Кабушкина и др. – Мн.: Новое знание, 2003. – 632 с.
6. С.Мейра, А.Лесник. Функционирова­ние гостиничных комплексов отдельных городов Европы. - М.: Советский спорт, 2002.
7. Ю.Ф. Волков. Введение в гостиничный и туристический бізнес. Изд. 2-е. Серия «Высшее образование» – Ростов-на–Дону: «Феникс», 2004. – 352 с.

Дата 26.08.10 Подпись

1. Апартамент – номер в средстве размещения площадью не менее 40 м2, состоящий из двух и более жилых комнат (гостиной/столовой, спальни), имеющий кухонное оборудование.[1] [↑](#footnote-ref-1)
2. Франшиза – соглашение, при котором агенту передаются не только определенные привилегии, но и имя предприятия‑производителя, его торговая марка.[1] [↑](#footnote-ref-2)
3. Таймшер – 1) покупка права пользования номером на одну‑две недели в том или ином месте в течение продолжительного периода. При этом создаются условия для обмена местами отдыха, что позволяет владельцам таймшеров, по желанию, отдыхать в различных местностях; 2) совместное владение недвижимостью (кондоминиум) в туристском бизнесе с возможностью пользоваться ею на протяжении определенного времени, которая пропорциональна денежному взносу.[1] [↑](#footnote-ref-3)