МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Омский государственный педагогический университет»

Университетский колледж

**Методическое пособие**

**по МДК**

**«Индустрия рекреационных и туристских комплексов»**

**часть 1.**

2018

Методическое пособие включает курс лекций по МДК: "Индустрия рекреационных и туристских комплексов"/ Склярова О.С. 2018, - 213 с.

Методическое пособие предназначено для изучения МДК «Индустрия рекреационных и туристских комплексов». Лекционный материал соответствует тематике и последовательности изучения МДК. Рекомендовано студентам специальности «Туризм»

Рассмотрено, одобрено и рекомендовано в печать ПЦК Университетского колледжа ОмГПУ

О.С. Склярова, 2018 г.

Университетский колледж ФГБОУ «Омский государственный педагогический университет»

**Содержание**

|  |  |
| --- | --- |
| Тема 1. Теоретические и методические основы туристско-рекреационного проектирования территории | 4 |
| Тема 2. Ресурсный потенциал рекреационной деятельности: природные рекреационные ресурсы и их оценка | 18 |
| Тема 3. Культурно-исторические рекреационные ресурсы | 29 |
| Тема 4. Характеристика рекреационных районов России | 41 |
| Тема 5. Современная рекреационная архитектура | 54 |
| Тема 6. Характеристика и особенности гостиничных услуг | 85 |
| Тема 7. Управление процессами обслуживания на предприятиях питания | 124 |
| Тема 8. Организация досуговой деятельности в туризме | 162 |
| Список используемой литературы | 204 |

**ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИИ**

***Рекреация: понятие, функции, тенденции развития***

В настоящее время в отечественной и зарубежной литературе понятие «рекреация» имеет различные трактовки. Впервые в научной литературе термин «рекреация» появился в США в конце 90-х гг. XIX в. как результат введения нормированного рабочего дня, двух выходных и летних отпусков. В связи с этим первоначально понятие «рекреация» трактовалось как «восстановление, оздоровление и пространство, где и осуществляются данные виды деятельности».

Следует отметить, что в отечественной туризмологии в настоящее время сформировался новый подход к определению понятия «рекреация», так, В.А. Квартальнов включает в данное понятие:

- расширенное воспроизводство физических, интеллектуальных и эмоциональных сил человека;

- любую игру, развлечение и т.п., используемые для восстановления физических и умственных сил;

- наиболее быстро развивающийся сегмент индустрии досуга, связанный с участием населения в активном отдыхе на открытом воздухе, приходящийся преимущественно на уик-энд;

- цивилизованный отдых, обеспечиваемый различными видами профилактики заболеваний в стационарных условиях, экскурсионно-туристскими мероприятиями, а также в процессе занятий физическими упражнениями.

Таким образом, понятие рекреация тесно взаимосвязаны с такими понятиям как «туризм» и «отдых».

Понятие рекреация и туризм не являются тождественными, однако структура и содержание данных терминов частично пересекаются. Так рекреация предполагает все виды деятельности, которые могут быть как связанными, так и не связанными с переменой места жительства. В свою очередь туризм - это перемещение людей в пространстве предполагающее выезд за пределы места постоянного проживания с различными целями без получения оплаты в месте поездки.

Таким образом, следует отметить, что с понятием рекреации непосредственно связано такое понятие как отдых.

Отдых - это любая человеческая деятельность, которая не направлена на удовлетворение физиологических потребностей (путешествия, хобби, собирательство, рыбная ловля, охота и т.д.), осуществляемая как на территории постоянного пребывания человека, гак и за ее пределами (по Т.В. Николаенко).

В настоящее время понятия «отдых» и «рекреация» рассматриваются как синонимы.

Функций рекреации подразделяются на три основные группы:

1) медико-биологические - санаторно-курортное лечение и оздоровление;

2) социально-культурные - ведущие функции рекреации, связанные с потребностями человека к познанию окружающего мира и определения своего места в нем;

3) экономические – функции, предполагающие простое и расширенное воспроизводство рабочей силы.

Рассматривая понятие «рекреация» необходимо отметить, что главной отличительной особенностью данного понятие является привязка ее к конкретной территории (местности). Поэтому невозможно рассматривать понятие рекреации без характеристики и определения структуры и свойств территории, на которой осуществляется рекреационная деятельность.

Таким образом, в настоящее время основными тенденциями развития рекреации в мире являются:

- формирование новых мест отдыха в непосредственной близости с центрами рекреационного спроса;

- развитие систем кратковременного отдыха горожан;

- проектирование различных парков (природных, городских и пр.) для активного всесезонного отдыха на природе;

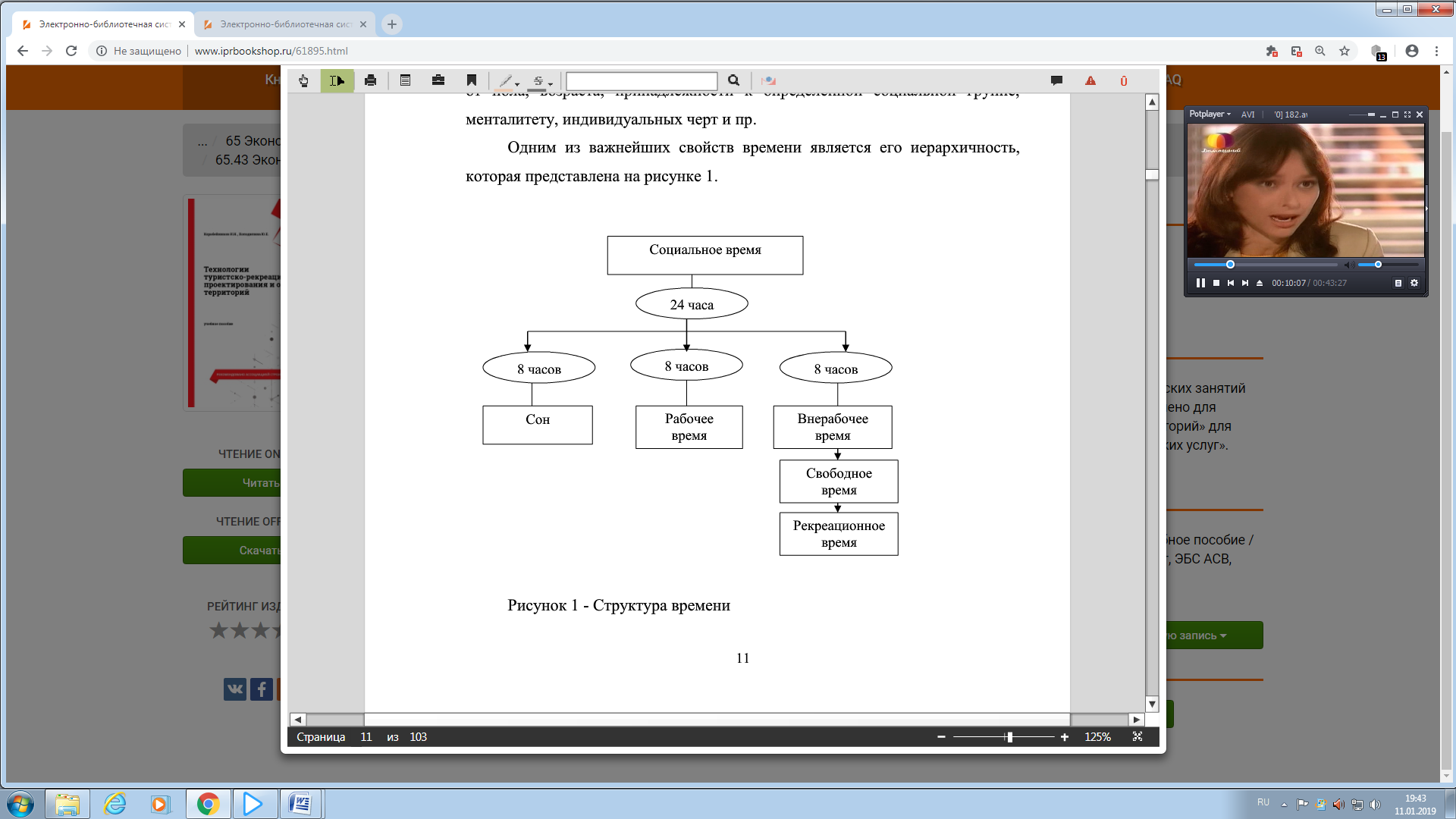
- перевод объектов туризма и рекреации в круглогодичное функционирование.

***Свободное время и рекреация***

Понятие рекреация напрямую связано с понятием «отдых». Для осуществления рекреационной деятельности человеку необходимо наличие времени, а точнее свободного времени. В связи с этим необходимо рассмотреть понятие и структуру свободного времени как основополагающего условия для осуществления рекреационной деятельности и соответственно рекреационного проектирования.

Свободное время представляет собой динамичную категорию, структура которой изменяется по объему и содержанию и напрямую зависит от пола, возраста, принадлежности к определенной социальной группе, менталитету, индивидуальных черт и пр.

Одним из важнейших свойств времени является его иерархичность, которая представлена на рисунке 1.



Свободное время (по Т.В. Николаенко) - часть внерабочего времени, не связанная с удовлетворением естественных потребностей и вынужденной для исполнения деятельностью нетрудового характера (например, перемещения в пространстве).

Российская Международная академия туризма трактует свободное время как время, свободное от труда и неотложных занятий, которым субъект располагает самостоятельно.

Существует принципиальное различие между свободным временем и рекреационным временем, под которым понимается время реализации рекреационной функции деятельности человека.

Рекреационное время имеет определенную структуру, которая представлена в таблице 1.

Согласно структуре рекреационного времени выделяют и соответствующие типы рекреационной деятельности:

- инклюзивную;

- ежедневную;

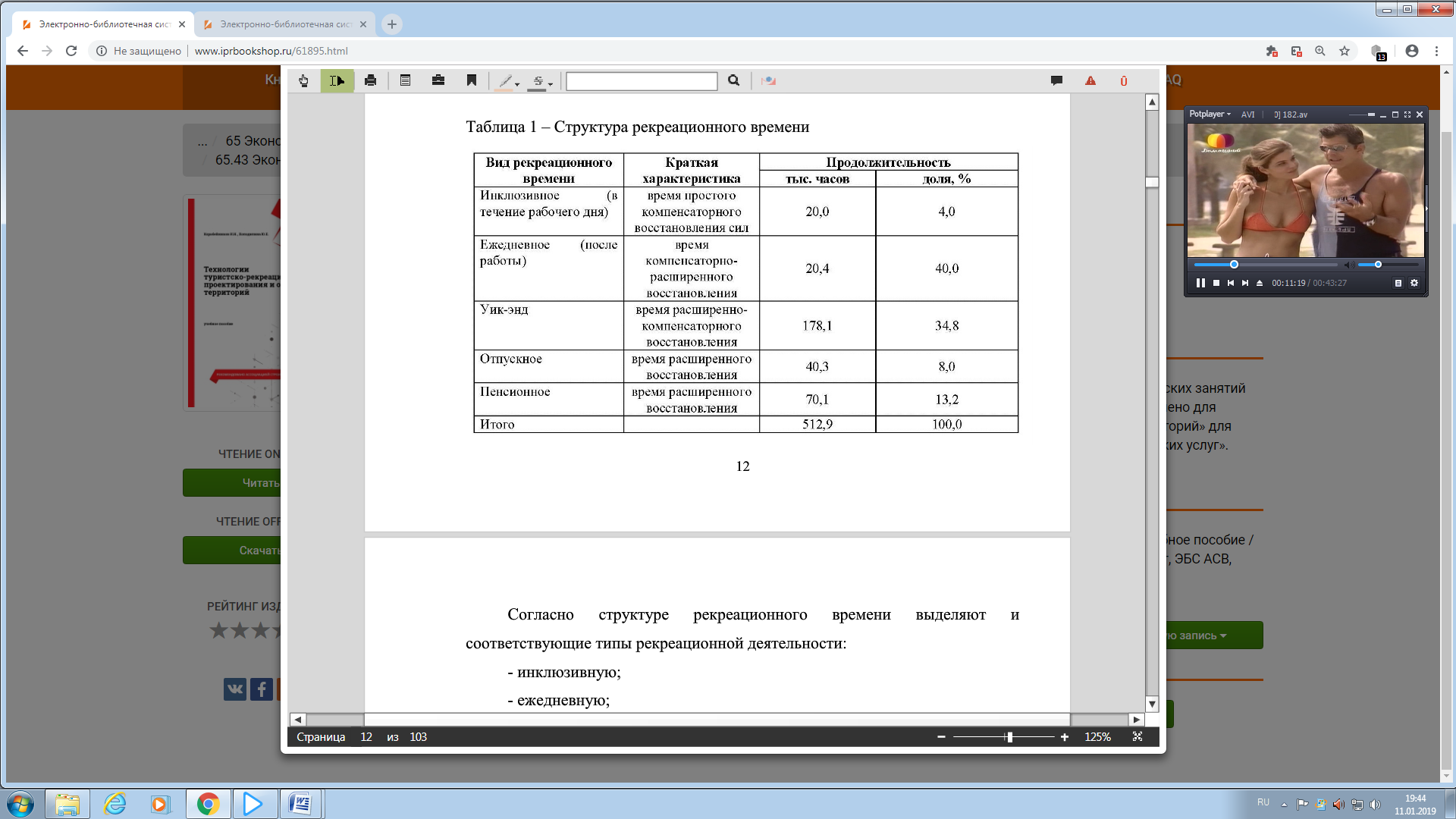
- еженедельную;

- отпускную;

Инклюзивная — рекреационная деятельность встроена в трудовую и бытовую деятельность.

Ежедневная, т.е. постоянная рекреационная деятельность, включает в себя краткосрочные прогулки, утреннюю зарядку, спортивные игры, купание, чтение.

*Таблица 1 – Структура рекреационного времени*



Еженедельная рекреационная деятельность представляет собой «накопление» времени (выходные, отгулы и пр.) и чаще всего отнесена на конец рабочей недели и включает в себя краткосрочный отдых (поездки на природу, на дачу и т.д.).

Отпускная рекреационная деятельность – это долгосрочный отдых, который преимущественно отнесен на конец рабочего года.

***Рекреационное пространство***

Рекреационное пространство - это часть социального пространства, формирование которого осуществляется на основе принципа избирательности: то есть из множества объектов и свойств реальности выбираются именно те, которые соответствуют рекреационным потребностям, притязаниям и условиям соответствующей деятельности.

Деятельность по организации рекреационного пространства предполагает:

- освоение конкретной территории, осуществляемое как отдыхающими так и организаторами рекреационной деятельности;

- конструирование и комбинирование видов рекреационной деятельности, осуществляемое организаторами досуга и отдыха;

- изобретение новых видов рекреационных занятий либо освоение новой территории, т.е. нахождение принципиально нового занятия и пространства.

Рекреационная деятельность является основополагающим элементом при организации рекреационных пространств, предполагающей развитие, приспособление, благоустройство определенной территории для реализации рекреационных функций.

Таким образом, формирование рекреационных систем основано на двух подходах:

1) формирование рекреационных систем краткосрочного отдыха в непосредственной близости к постоянному месту проживания населения;

2) формирование рекреационных систем в природных зонах, обладающих уникальными свойствами для долгосрочного отдыха населения и располагающаяся на значительном удалении от их постоянного места проживания.

***Классификация и структурные особенности рекреационной деятельности***

Основными признаками классификации рекреационной деятельности являются ее продолжительность и место проведения.

Рассмотрим рекреационную деятельность по различным классификационным признакам:

1) по продолжительности:

- туризм (более 24 часов);

- экскурсия (менее 24 часов);

2) по сезонному признаку:

- летний отдых;

- зимний отдых;

- виды отдыха переходных сезонов;

3) по возрасту:

- рекреационная деятельность дошкольников;

- рекреационная деятельность школьников;

- рекреационная деятельность молодежи;

- рекреационная деятельность лиц среднего возраста;

- рекреационная деятельность пожилого населения.

4) технологическому признаку:

- организованный отдых;

- неорганизованный отдых;

5) по функциональным особенностям:

- лечебно-оздоровительная рекреационная деятельность;

- познавательная рекреационная деятельность;

- спортивная рекреационная деятельность.

Необходимым условием развития рекреации является ресурсный потенциал конкретной (локальной) территории.

Под ресурсным потенциалом территории подразумевается совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических объектов и условий необходимых для организации рекреационной деятельности на локальной территории.

В связи с этим можно рассматривать такое понятие как рекреационный потенциал территории. Существует теория, согласно которой рекреационный потенциал - это отношение между фактической и предельно возможной численностью туристов, которое определяется на основе наличия рекреационных ресурсов.

Многими исследователями рекреационный потенциал рассматривается как наличие на территории определенных уникальных или интересных объектов.

В связи с этим при проектировании и планировании рекреационной деятельности необходимо с одной стороны максимально вовлекать в рекреационный оборот уникальные объекты природы и культуры для повышения привлекательности рекреационного пространства, а с другой стороны обеспечивать их целостность и безопасность.

***Климато-рекреационные территории и природные лечебные факторы***

Все народы с незапамятных времен находили в окружающей среде лечебные средства. Особое значение придавалось минеральным водам, лечебным грязям и климату, которые применялись для лечения различных заболеваний. И сегодня основной задачей санаторно-курортных учреждений является повышение качества диагностики и эффективности лечения с максимальным использованием природных лечебных факторов. Природная среда является сложной многокомпонентной структурой, требующей системного подхода к оценке ее состояния. Это, в свою очередь, вызывает необходимость приведения разнообразных групп факторов рекреационной среды и их показателей к сопоставляемой форме, позволяющей выбрать наилучшее решение по уровню ее качества. Можно разделить многообразие природных лечебных факторов на три группы:

- природно-климатические;

- санитарно-гигиенические;

- эстетические.

Самой емкой является первая группа. Она включает в себя такие факторы как климат и погода. Климат является важным показателем для характеристики всех курортов и курортных местностей, т.е. таких регионов, где курорты могут быть построены. Бальнеологические ресурсы являются основным показателем при решении вопроса пригодности территории для курортного освоения. Под бальнеологическими ресурсами в данном случае понимаются минеральные воды и лечебные грязи. В эту же группу факторов входят ландшафтно-растительные ресурсы. Ландшафты представляют сложные природные комплексы, функционирование которых – обмен веществом и энергией – тесно связано с условиями внешней среды и верхней части литосферы. Важное место в обмене веществом и энергией принадлежит радиационному, водному балансам, газообмену. На радиационный режим, в частности, оказывает влияние ряд ландшафтных факторов, связанных с растительными ресурсами. Различают закрытые, полуоткрытые и открытые пространства. При курортно-рекреационном о своении важен учет соотношения открытых и закрытых пространств.

К группе природно-климатических факторов относятся и гидрологические условия, а в частности, размеры акваторий озер и рек, судоходность, скорость течения, отмели, характер прибрежной полосы и др. В эту же группу входят орография (особенности рельефа); почвенные и групповые условия, а именно: вид почв, влажность, пригодность для озеленения и т.д.; инженерно-геологические явления – оползни, карст, сейсмичность, заболоченность. В следующую группу входят санитарно-гигиенические факторы. Организация рекреационных территорий предъявляет особые требования к качеству окружающей среды, поэтому обязательным элементом освоения рекреационных территорий должна быть оценка санитарной ситуации. Комплекс показателей, которые необходимо учитывать, включает в себя:

- состояние атмосферного воздуха: загрязнение (содержание вредных веществ), шум днем/ночью, электромагнитные поля, импульсное излучение;

- состояние воды водоемов: потенциал самоочищения водоема, загрязнение;

- почвогрунты: самоочищающая способность, загрязнение.

Все эти показатели не должны превышать нормы, установленные санитарно-гигиенической службой. И последнюю третью группу, составляют эстетические факторы. В число эстетических факторов, определяющих привлекательность отдыха в курортно-рекреационных местностях, входит возможность разнообразия видов рекреационной деятельности, в том числе с точки зрения пригодности для организации массового спорта и купания, промысловых занятий и т.д. Особенно благоприятными являются территории с наличием туристских объектов, живописными ландшафтами, обладающими определенной контрастностью с ландшафтами постоянного места проживания отдыхающих.

Важное значение имеет то эмоциональное воздействие, которое оказывает данная местность на отдыхающих. Что касается степени живописности ландшафта, то она в значительной степени определяется соотношением природных комплексов в сочетании с заселенностью и пересеченностью рельефа. Следовательно, при планировании и проектировании курортно-рекреационных комплексов и зон необходимо учитывать местные природно-климатические факторы и условия макро- и микроклиматического значения для обеспечения санаторного лечения и отдыха людей.

Для понимания сущности действия природных факторов на больных с различными заболеваниями необходимо знать характеристику курортных местностей.

Территории, пригодные для организации лечения и профилактики заболеваний, а также отдыха населения и обладающие природными лечебными ресурсами (минеральные воды, лечебные грязи, лечебный климат, пляжи, другие природные объекты и условия), могут быть отнесены к категории климато-рекреационных территорий. Следует иметь в виду, что климат любого района формируется под влиянием большого числа природных факторов. Правильная их оценка помогает составить климатогеографическую характеристику любого региона. Среди климатообразующих факторов первое место занимает географическое положение по отношению к морям и океанам, горным местностям и равнинам. Эти факторы, в свою очередь, играют важную роль в формировании важнейших типов минеральных вод, лечебных грязей и торфов, которые в разных климатогеографических зонах имеются в неодинаковом количестве и используются в разной мере. В разных краях и областях нашей страны имеются различные природные факторы, позволяющие с успехом организовать курортное лечение. Однако один географический принцип для характеристики курорта явно недостаточен, поскольку и климатические факторы оказывают существенное влияние на рациональное использование лечебной местности. Все климатические факторы (атмосферное давление, температура, влажность, ветер, солнечная радиация и др.), определяемые высотой над уровнем моря, широтой и долготой места расположения, наряду с особенностями ландшафта составляют среду, действующую в своей совокупности на человека положительно или отрицательно.

При характеристике лечебных свойств климата в последнее время большое внимание уделяют электрическому состоянию атмосферы: ионизации, напряжению электрического поля, электропроводности воздуха и ряду других электрических явлений, тесно связанных между собой. Электрическая проводимость воздуха обусловлена количеством содержащихся в нем положительно и отрицательно заряженных частиц, получивших название атмосферных ионов (аэроионов). Высокая ионизация воздуха повышает защитные функции организма там, где они снижены. Аэроионы стимулируют аэробное окисление, активизируют обмен веществ, улучшают утилизацию кислорода в тканях, что очень важно при заболеваниях нервной, сердечно-сосудистой, эндокринной систем, нарушениях обмена веществ. Так называемые легкие аэроионы находятся в нижних слоях атмосферы. Количество и состав их в разных местах неодинаковы. В сельской местности, вдали от крупных промышленных центров, воздух богат отрицательными ионами, обладающими четко выраженными целебными свойствами. А в городах и промышленных центрах преобладают положительные аэроионы, вызывающие чувство усталости, недомогание, головные боли. Для каждой местности, иногда ограниченной сравнительно небольшой территорией, характерен свой ионизирующий режим воздуха. Суточный и годовой ход ионизации воздуха определяется совокупностью многих физических условий, состоянием поверхности почвы и атмосферными процессами, приводящими как к образованию аэроионов, так и к их уничтожению.

Максимум ионизации легких аэроионов в течение суток в большинстве пунктов возникает в поздние ночные и ранние утренние часы, что связано с чистотой воздуха. В естественных условиях повышенная потенция воздуха с резким преобладанием отрицательных аэроионов возникает вблизи горных рек, водопадов, фонтанов, где происходит разбрызгивание воды. Концентрация и знак заряда аэроионов, образующихся при разбрызгивании воды, зависят от наличия растворенных в воде солей, характера и интенсивности распыления.

Комплексная оценка приведенных данных дает возможность выделить шесть типов климата, благоприятного для организации лечения и отдыха населения:

1. Континентальный климат равнин, лесной и лесостепной зон. Он характеризуется преобладанием в летние месяцы умеренной температуры, относительно невысокой влажностью и достаточной солнечной радиацией. При этом отсутствуют раздражающие действия колебаний сухости и сырости, холода и жары. Такие особенности погоды обеспечивают успокаивающее воздействие на нервную и сердечно-сосудистую системы, дыхание.

2. Климат зон степей и пустынь, т.е. более южных районов. Он отличается интенсивностью солнечной радиации, значительными суточными колебаниями температуры и меньшей силой ветра. Летом в этих зонах увеличивается повторяемость малооблачной, жаркой и сухой погоды. В таком климате легко осуществляется регуляция теплообмена кожей и легкими, усиливается выделение жидкости, в то же время уменьшается ее выделение почками, в крови увеличивается содержание гемоглобина и эритроцитов. В условиях такого климата успешно лечатся больные с поражениями органов дыхания, болезнями почек, малокровием, функциональными расстройствами нервной системы.

3. Лесной климат – климат равнин, богатых растительным покровом. Он успокаивающе действует на больного, быстро восстанавливает силы перенесших заболевание и утомленных людей.

4. Степной климат. Он отличается сухим знойным летом, что способствует повышенному выделению кожей и легкими воды вместе с продуктами обмена, тем самым облегчается работа почек. Такой климат показан при лечении хронического нефрита.

5. Горный климат. Ему свойственно сниженное барометрическое давление, уменьшенное содержание кислорода в воздухе, большая интенсивность солнечной радиации, чистота и прозрачность воздуха. В условиях этого климата улучшается функционирование органов дыхания (углубляется дыхание, увеличивается емкость легких), уменьшается возбудимость сердца. Горный климат способствует закаливанию и укреплению организма. На горных курортах лечатся пациенты с заболеваниями легких, некоторыми заболеваниями сердечно-сосудистой системы, малокровием, туберкулезом, заболеваниями кожи, костей и суставов во внеактивной форме. Особенности влияния горного климата на организм определяются также высотой местности над уровнем моря.

6. Приморский климат. Он характеризуется (в летние месяцы) относительно высоким барометрическим давлением, равномерной температурой и чистотой воздуха, увеличенным содержанием в нем кислорода и морских солей, повышенной влажностью и ветрами, интенсивностью солнечной радиации. Пребывание возле моря способствует повышению обмена веществ и усилению секреции эпителия слизистых оболочек, улучшению состава крови. На приморских курортах налаживается функция нервной системы, закаливается организм. Научные исследования последних лет помогли выявить лечебные свойства даже такого климата, как климат пустынь, характеризующийся сухостью, переменчивыми ветрами, высокой температурой.

При выборе курортной местности ученые России еще в начале XVIII в. исходили из того, что наряду с благоприятным климатом необходимо наличие на данной территории минеральных вод и лечебных грязей. В те времена их обнаружили на Северном Кавказе, а затем на Черноморском побережье Кавказа, Крыма, в Центральной России. Само понятие курорт происходит от немецких слов kur – лечение, ort – место, т.е. место, в котором имеются лечебные факторы: минеральные воды, лечебные грязи и благоприятный климат.

Однако в век научно-технического прогресса наряду с наличием природных богатств курорт – это крупный лечебный комплекс, включающий сложные гидротехнические, бальнеологические, архитектурные и прочие санаторные сооружения. Все курорты могут быть разделены на три основных типа: климатические, бальнеологические, грязевые. Деление это довольно условное, т.к. на одном и том же курорте могут быть минеральные воды и лечебные грязи, а также благоприятный климат, обладающий определенными лечебными свойствами. В зависимости от сочетания природных лечебных факторов курорты подразделяются на бальнеогрязевые, бальнеоклиматические, климатогрязевые, климатобальнеогрязевые. Исходя из разнообразия природных ландшафтно-климатических зон все курорты могут быть разделены на три группы:

- равнинные приморские с преобладанием средиземноморского климата, степного климата, климата пустыни, климата влажных субтропиков, лесного климата умеренных широт, муссонного климата;

- континентальные равнинные, которые включают курорты таежные, лесные умеренного пояса, степные и лесостепные, субтропических лесов, полупустынь;

- горные курорты: низкогорные (от 500 до 1000 м над уровнем моря), среднегорные нижнего пояса (1000–1500 м), среднегорные верхнего пояса (1500–2000 м), высокогорные (выше 2000 м).

Климато-рекреационные территории могут находиться в зоне лесов умеренных широт и в субтропической зоне, в зоне степей, пустынь, вблизи морей и в других ландшафтно-климатических зонах. При тщательном разностороннем изучении климата различных географических зон обычно выявляются специфические, присущие только этому климатогеографическому району особенности, действующие положительно на излечение того или иного заболевания человека.

***Методика оценки туристско-рекреационного потенциала субъектов Российской Федерации***

Пространство России весьма разнообразно по природно-климатическим условиям, что предопределяет специфику каждой отдельной территории по рекреационным возможностям. Изучение туристско-рекреационного потенциала предполагает оценку величины и особенностей ресурса, оценку потребностей в нем и оценку возможностей использования.

Важным индикатором рекреационного потенциала территории является количество коек в туристско-рекреационных учреждениях. По суммарному количеству мест безоговорочно лидирует Краснодарский край, имеющий более 117 тысяч коек. За ним следуют Московская область, Ставропольский край, Челябинская область, Республика Татарстан. Число мест в санаториях, пансионатах, домах отдыха и турбазах в них составляет от 22 до 40 тысяч. По 17–18 тысяч мест в специализированных учреждениях отдыха имеют Республика Башкортостан, Нижегородская область и г. Санкт-Петербург. Ведущие позиции Краснодарского края объясняются в первую очередь природно-рекреационными возможностями территории. Этот же фактор является ключевым и для Ставрополья. Однако для этого региона, с богатыми бальнеологическими ресурсами, но не имеющего непосредственного выхода к морю и с преобладанием степных ландшафтов, характерна яркая специализация на рекреационных услугах, связанных с лечением. Доля санаториев и пансионатов в общей структуре учреждений отдыха составляет 99,2 %, тогда как в Краснодарском крае – 41,6 %.

В числе регионов с развитой туристско-рекреационной инфраструктурой находятся субъекты, выделяющиеся относительно высоким уровнем жизни населения. Отсутствуют либо развиты в ограниченном количестве рекреационные учреждения в автономных округах, а также в образованиях Северного Кавказа (Чечня, Ингушетия, Адыгея, Карачаево-Черкесия) и регионах с экстремальными природными условиями (Мурманская, Амурская, Сахалинская области, Республики Алтай, Тува, Якутия, Калмыкия, Коми). Северные и северо-восточные субъекты не имеют возможностей развития санаторно-курортной базы в силу жесткого ограничения этой деятельности природными условиями. К этой же группе относится значительная группа территорий с широкими возможностями рекреации, но сдерживающим фактором оказываются крайне низкие уровень и качество жизни населения. Все эти территории находятся ниже 50-го места по уровню социально-экономического развития, а семь из них входят в последнюю десятку субъектов Российской Федерации.

Таким образом, при изучении туристско-рекреационного потенциала территории выявляется проблема реализации рекреационных возможностей пространства. Она наиболее наглядно обозначается при соотнесении фактического развития инфраструктуры туризма и отдыха с природно-рекреационным потенциалом данной территории. Учитывая, что в настоящее время приоритетным природным фактором в дальних поездках населения на отдых является выход к морскому побережью, была предпринята попытка расчета природно-рекреационных возможностей территории по степени удаленности от моря. Территория страны была разделена на десять зон по степени удаленности от морского побережья, для них устанавливались коэффициенты благоприятности условий. Максимальное значение получило побережье Черного моря, среднее – Балтийского, минимальное – Каспийское и тихоокеанское в районе Владивостока. Холодные Охотское и Берингово моря в расчет не брались. Субъекты, непосредственно выходящие на побережье, получили премиальные баллы.

Выявилась следующая картина. Максимально благоприятные условия у Краснодарского края. Большие потенциальные возможности рекреации имеют Дагестан, Калмыкия, Астраханская область, которые отличаются низким социально-экономическим развитием и политической нестабильностью и по этим причинам неспособны реализовать имеющиеся рекреационные ресурсы. В следующей группе оказались Северо-Кавказские территории, Северо-Запад (Санкт-Петербург и Ленинградская область, Калининградская область) и Юг России (Ставропольский край, Ростовская и Волгоградская области).

Характерно, что при такой методике расчета виден очевидный недостаток тихоокеанских курортов – их значительная удаленность от центральных районов – мест сосредоточения населения в целом и населения обеспеченного в частности.

Сопоставление интегральных результатов оценки обеспеченности туристско-рекреационными учреждениями, степени благоприятности природно-климатических условий и степени удаленности от морских побережий в сочетании со степенью качества жизни населения регионов, проведенное по 29 показателям, позволяет выделить следующие группы субъектов территории по степени туристско-рекреационного потенциала.

Районы с положительным балансом туристских потоков:

- Территории с наиболее благоприятными природно-климатическими условиями, с широким спектром индустрии отдыха и относительно развитой производственной и социальной инфраструктурой (Краснодарский край).

- Территории с благоприятными природно-климатическими условиями, со специализацией на бальнеологических услугах, с развитой социально-производственной инфраструктурой (Ставропольский край).

- Территории с благоприятными в летний сезон природно-климатическими условиями, имеющие выход к морскому побережью и развитые в социально-экономическом плане (Санкт-Петербург и Ленинградская область, Калининградская область).

- Территории европейской части России с относительно благоприятными природно-климатическими условиями в летний сезон и имеющие высокие показатели социально-экономического развития (Москва и Московская область, Башкортостан, Татарстан, Челябинская, Самарская, Нижегородская, Свердловская, Новосибирская, Саратовская, Воронежская области). Здесь можно особо выделить столичный регион, который имеет значительные финансовые ресурсы развития рекреации, а также отличающийся инновационными разработками в индустрии отдыха.

Районы с отрицательным балансом туристских потоков:

- Территории с благоприятными природно-климатическими условиями, но с низким уровнем социально-экономического развития (республики Северного Кавказа, Калмыкия, Астраханская область, Сахалинская и Амурская области, Приморский край).

- Территории России с относительно благоприятными природно-климатическими условиями в летний сезон, но со средним и низким уровнем качества жизни населения (все остальные субъекты европейской части, за исключением северных районов, а также регионы южной Сибири и Дальнего Востока).

- Территории с неблагоприятными природными условиями для рекреации (регионы России, включающие субъекты Федерации на севере и северо-востоке страны).

Таким образом, можно говорить о значительной дифференциации территорий Российской Федерации по степени туристско-рекреационного потенциала, а также направлений и возможностей его использования в сочетании с уровнем качества жизни населения.

***Проблемы оценки природно-рекреационного потенциала территории***

На основе исходных положений разработан методический подход по оценке рекреационного потенциала территории. На первом этапе составлена шкала качественной балльной оценки по каждому компоненту: рельефу, климату, поверхностным водам, растительному и животному миру, гидроминеральным ресурсам, природным и культурно-историческим памятникам.

Ресурсы климата через продолжительность комфортного и дискомфортного периодов благоприятствуют отдыху или ограничивают пребывание человека на открытом воздухе. Наибольший потенциал имеют территории с благоприятным климатом, не имеющие ограничений по режиму и видам отдыха на открытом воздухе. Повышение дискомфортности климата, обусловленное совокупностью параметров атмосферы, ограничивающих пребывание человека на открытом воздухе, ведет к снижению рекреационной ценности территории.

Одним из важных для человека компонентов ландшафта, определяющим качество его отдыха, является вода: как поверхностная, так и подземная. В зависимости от температурного режима открытых водоемов, являющегося одним из основных ограничительных факторов, а также площади акватории водоемов, наличия естественных речных препятствий, привлекательных для разных видов спорта, наличия качественной питьевой и разнообразия минеральных вод дифференцируется рекреационная значимость той или иной территории.

При оценке достоинств других природных компонентов привлекательность ландшафта учитывалась через многообразие их форм. Кроме того, дополнительно учитывались: при оценке рельефа – панорамность и живописность, крутизна склонов; при оценке растительного и животного мира – редкие и исчезающие виды, в том числе занесенные в Красную книгу России и региона, ненарушенный растительный покров, заказники по охране отдельных видов животных и комплексные, мигрирующие виды; при оценке гидроминеральных ресурсов – их количество, значимость для областного и регионального использования. Отмечены уникальные памятники культуры и природные объекты национального масштаба: горные системы, озера и реки, особо охраняемые природные территории, являющиеся сокровищницами генофонда растительного и животного мира.

**ТЕМА 2. РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРИРОДНЫЕ РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ И ИХ ОЦЕНКА**

*Рекреационные ресурсы: понятие, свойства, типы*

Рекреация как отрасль хозяйства и род деятельности имеют ярко выраженную ресурсную ориентацию. В связи с этим одной из главных составляющих рекреационного потенциала являются рекреационные ресурсы.

Рекреационные ресурсы - это компоненты природной среды, объекты хозяйственной деятельности, обладающие уникальностью, оригинальностью, эстетической привлекательностью, целебно-оздоровительной значимостью, которые могут быть использованы для организации различных видов и форм рекреационных занятий.

Таким образом, рекреационные ресурсы – это объекты и явления природы, результаты человеческой (антропогенной) деятельности, которые можно использовать для отдыха, туризма, оздоровления и лечения.

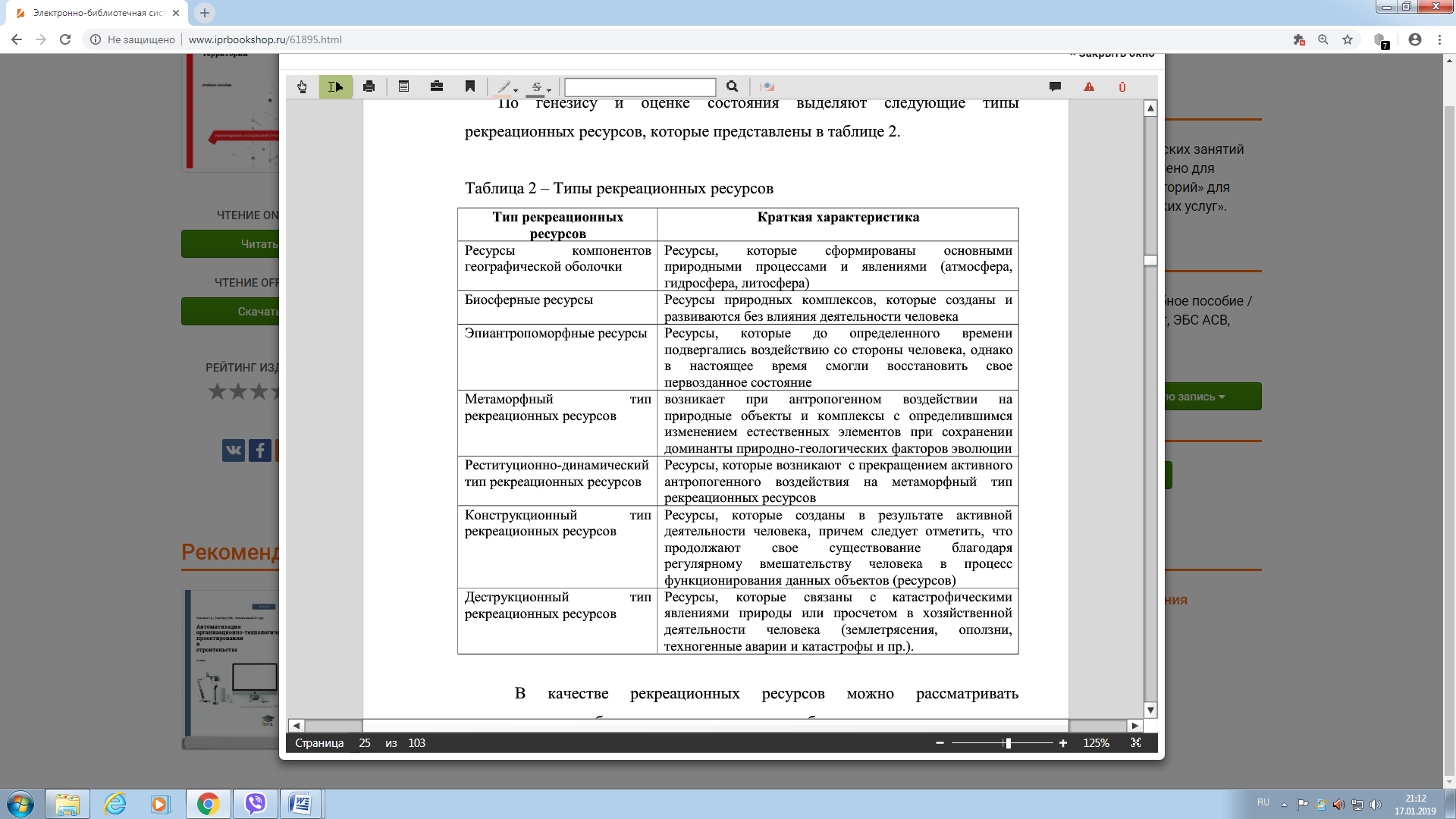
Следует отметить, что рекреационные ресурсы обладают следующими свойствами:

1) историчность: ресурсы могут видоизменяться по мере роста рекреационных потребностей, технико-экономических и социальных возможностей (например, такие объекты как промышленные здания и сооружения, техника и оборудования становятся объектами туристского интереса и показа);

2) территориальность: ресурсы территориально ориентированы и расположены на конкретном (локальном) участке;

3) организованность: на основе имеющегося ресурсного потенциала формируются туристско-рекреационные зоны, районы, комплексы, разрабатываются маршруты.

По генезису и оценке состояния выделяют следующие типы рекреационных ресурсов, которые представлены в таблице 2.



В качестве рекреационных ресурсов можно рассматривать относительно любую территорию, которая будет отвечать следующим требованиям:

- во-первых, локальная территория принципиально отличается от традиционной (привычной) среды обитания человека;

- во-вторых, локальная территория сочетает в себе две и более различных в природном отношении сред.

Формирование и развитие новых туристских и рекреационных территорий позволяет рассматривать определенные свойства данной территории как рекреационные ресурсы.

Необходимо отметить, что рекреационные ресурсы обладают таким свойством как емкость.

Емкость рекреационных ресурсов – это способностью принимать определенное количество рекреантов (туристов, отдыхающих) и выдерживать определенные антропогенные нагрузки без нарушения состояния экологического и природного равновесия территории.

Емкость рекреационных ресурсов определяется исходя из следующих нормативов:

- антропогенная нагрузка – количество рекреантов на определенной локальной территории, деятельность которых не нарушает экологического состояния природной среды и ценности и сохранности социокультурных объектов. Следует отметить, что для различных природных и социокультурных сред существуют индивидуальные нормы антропогенной нагрузки;

- предельно допустимые нагрузки - это антропоэкологические нормативы, нарушение которых приводит к нарушению природной среды и ценности и сохранности социокультурных объектов.

Более общая классификация предполагает деление рекреационных ресурсов на следующие группы:

- природные рекреационные ресурсы;

- культурно-исторические рекреационные ресурсы.

Таким образом, следует отметить, что от типа и свойств рекреационных ресурсов конкретной территории зависит вид рекреационной деятельности и специализация рекреационной системы и как следствие ее эффективное социальное и экономическое развитие и функционирование.

*Понятие «туристский ресурс» и особенности его использования на региональном уровне*

Организация туристкой деятельности в целом и на конкретной (локальной) территории ориентирована на целевом и разумном использовании имеющихся ресурсов: природных, социально-культурных и в том числе туристских.

Туристские ресурсы – это объекты туристского интереса и показа, которые используются в туристском продукте и потенциально способны удовлетворять потребности туристов.

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дается следующее определения понятия «туристских ресурсов»: туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил.

Основная сущность туристских ресурсов заключается в том, что они являются основой для формирования туристского продукта, его предложения и реализации.

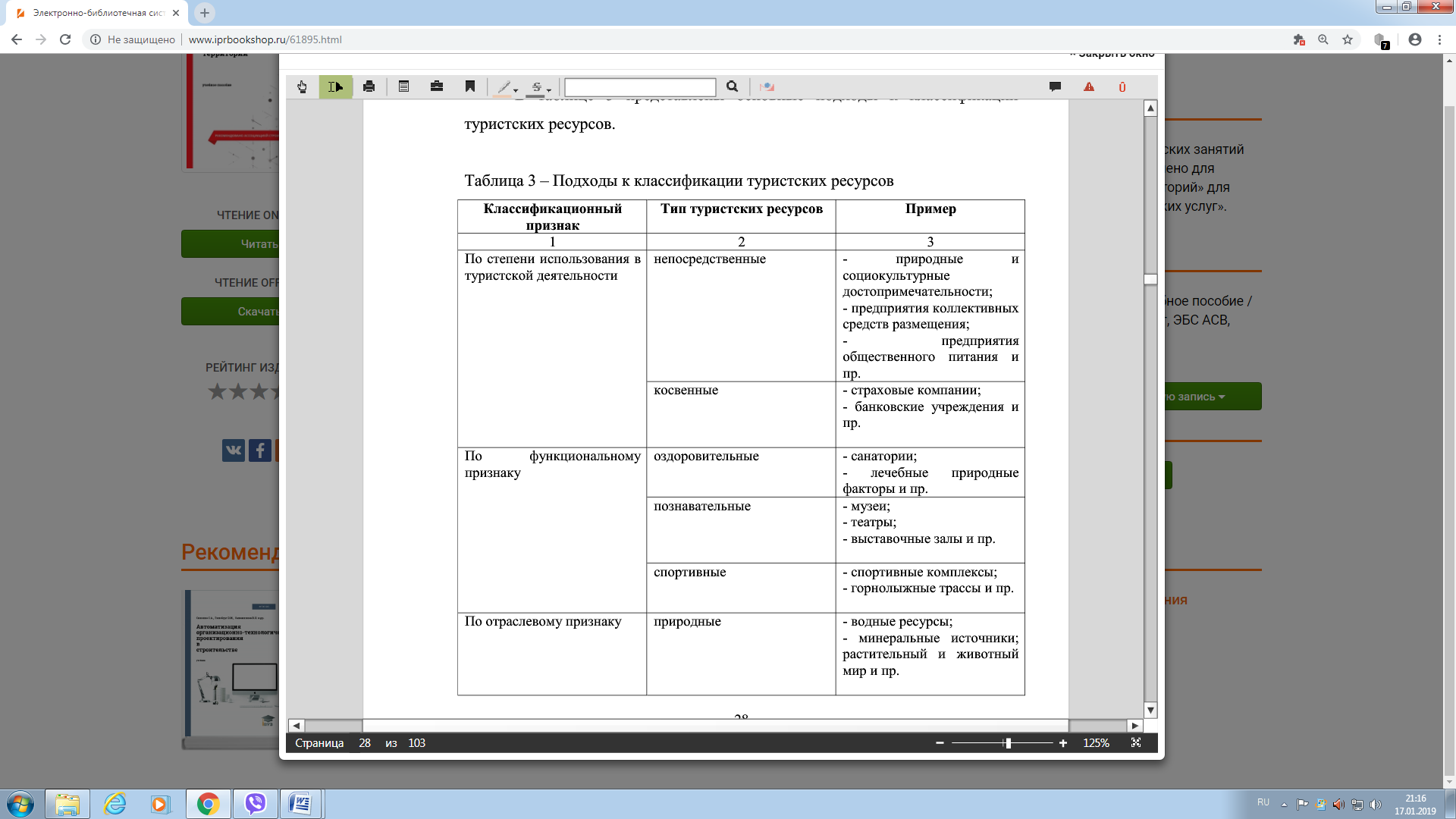
Таким образом, в настоящее время в современной туризмологии под туристскими ресурсами понимаются объекты и территории, которые потенциально могут быть вовлечены в туристский оборот в конкретном туристско-рекреационном комплексе и являются привлекательными с точки зрения основных потребителей – туристов. Качество туристского продукта во многом определяется такими понятиями как туристский интерес и туристское впечатление.

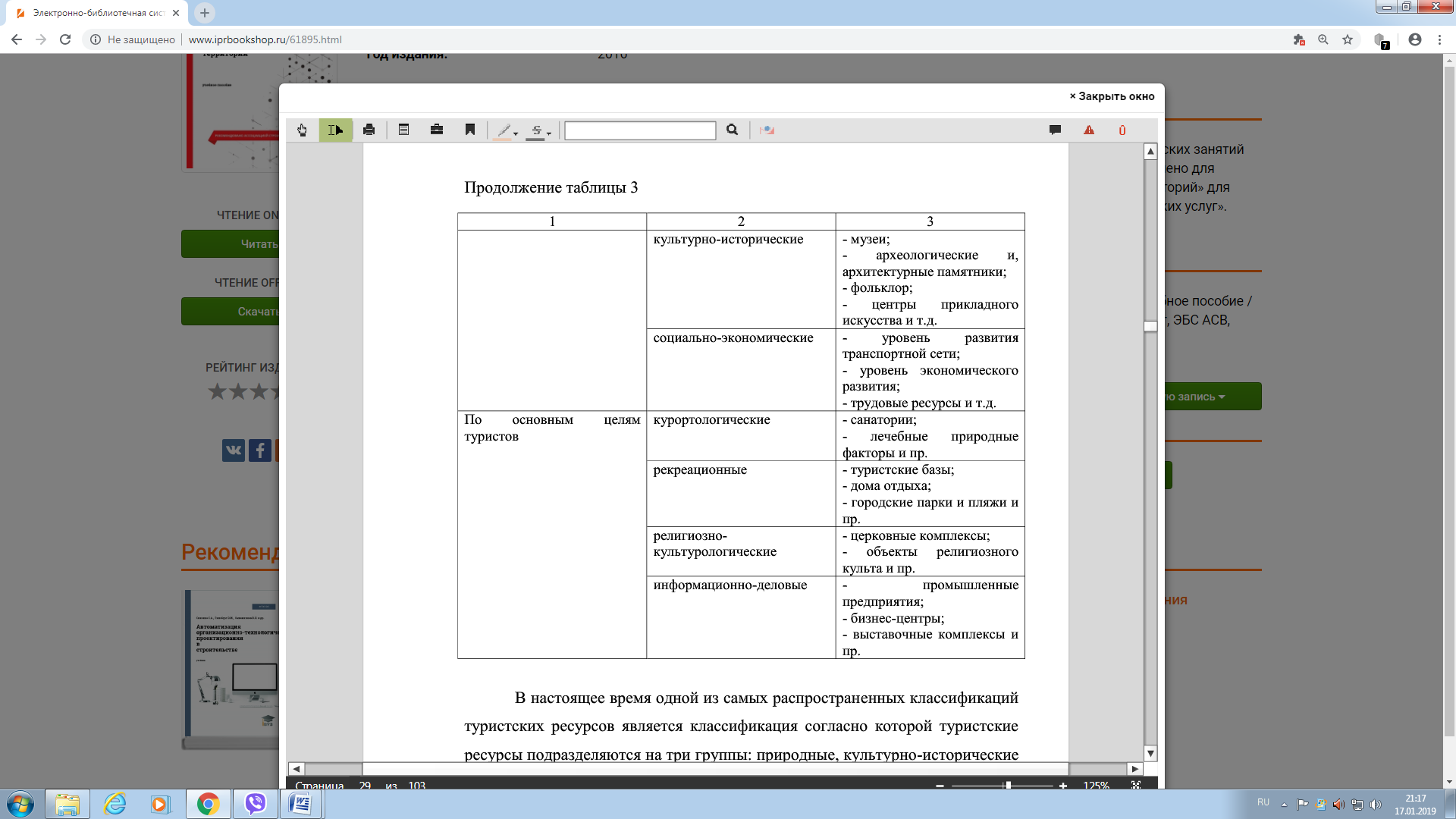
Туристским интересом является перспектива получения туристом объективной информации, положительных эмоций и/или потенциальная возможность удовлетворения планируемой потребности туриста в конкретной туристской услуге.

К числу объектов туристского интереса можно отнести: памятники истории и культуры, природные объекты этнокультурные процессы и пр.

Под туристским впечатлением следует понимать комплекс эмоций, в общем случае положительных, и душевного и физического состояния туриста, возникший или достигнутый им в результате потребления туристских услуг.

В таблице 3 представлены основные подходы к классификации туристских ресурсов.





В настоящее время одной из самых распространенных классификаций туристских ресурсов является классификация согласно которой туристские ресурсы подразделяются на три группы: природные, культурно-исторические и социально-экономические (рисунок 2).

Особенности выделения туристских ресурсов при региональном развитии туризма заключаются в следующем:

1) доступность объектов: объект должен быть доступен с транспортной, финансово-экономической и информационной точки зрения;

2) комплексность объектов;

3) аттрактивность объектов: объект должен обладать привлекательными свойствами и качествами для туристов;

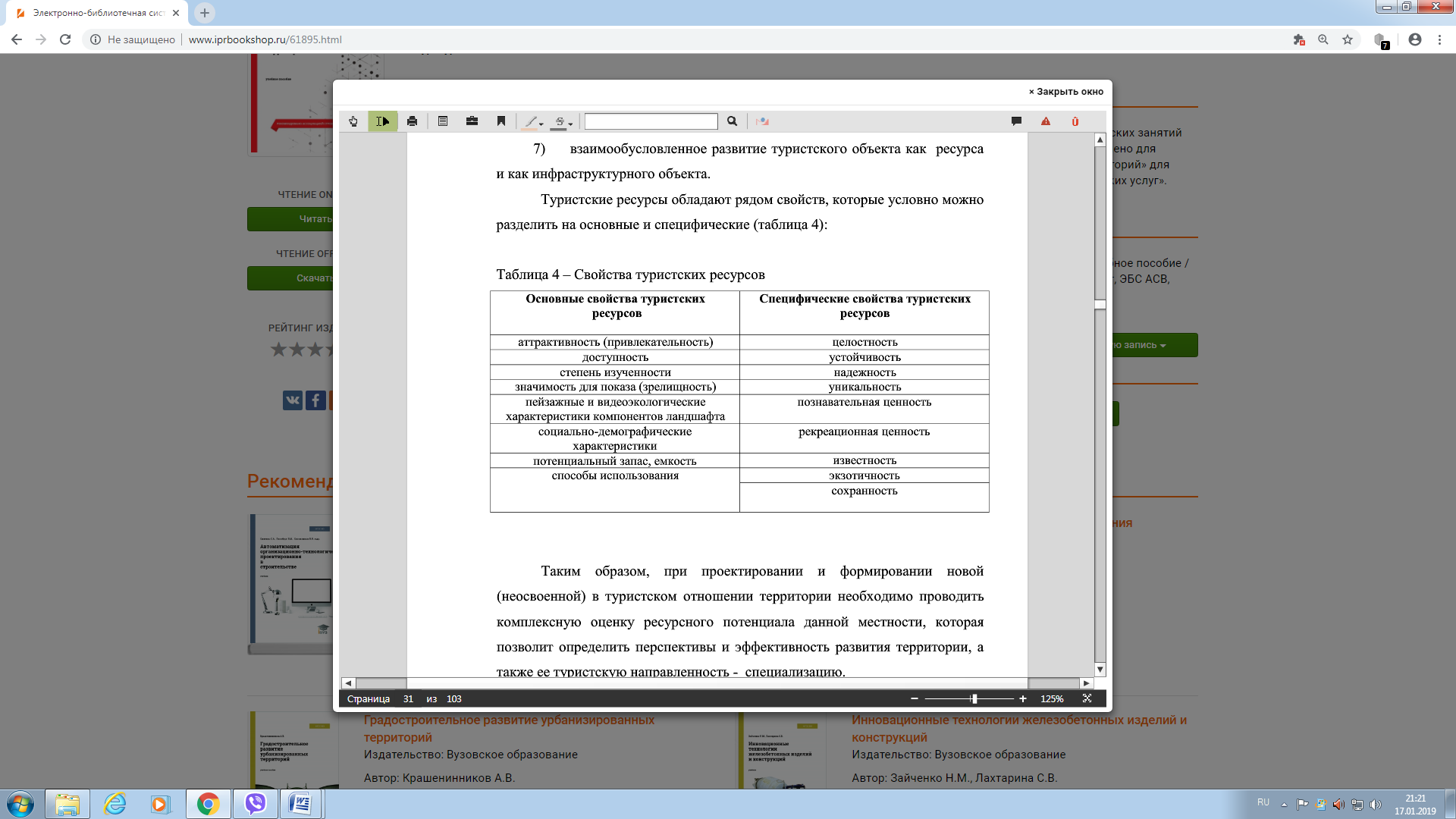
4) безопасность объектов: объект должен быть безопасен для туристов, а также охраняем от последствий туристской деятельности;

5) географическое положение объекта: положение объекта на стыке природных ландшафтов и зон в сочетании с разнообразной культурной средой и богатым историческим прошлым территории способно сделать его наиболее привлекательным и популярным среди туристов;

6) происхождение объектов: объекты естественного (природного) происхождения привлекают больше внимания, чем объекты антропогенного происхождения;

7) взаимообусловленное развитие туристского объекта как ресурса и как инфраструктурного объекта.

Туристские ресурсы обладают рядом свойств, которые условно можно разделить на основные и специфические (таблица 4):



Таким образом, при проектировании и формировании новой (неосвоенной) в туристском отношении территории необходимо проводить комплексную оценку ресурсного потенциала данной местности, которая позволит определить перспективы и эффективность развития территории, а также ее туристскую направленность - специализацию.

*Рекреационная оценка природных ресурсов*

Для использования природных условий и ресурсов в целях рекреации и туризма необходимо проведение их детальной как комплексной так и покомпонентной оценки.

Следует отметить, что технология проведения оценки включает в сеяб следующие этапы:

1) выделение объектов оценки – природных комплексов, их компонентов и свойств;

2) выделение субъекта, с позиции которого ведется оценка;

3) формулирование критериев оценки, которые определяются как масштабом и целью исследования, так и свойствами субъекта;

4) разработка параметров оценочных шкал градаций.

Таким образом, объектом оценки ресурсного потенциала туризма может быть:

- конкретная (локальная) территория;

- свойства данной территории (месторасположение, рельеф, климат, границы и т.д.);

- совокупность объектов для целей туризма, расположенных на данной территории.

При определении объекта оценки необходимо руководствоваться целью проведения данной оценки. В соответствии целью оценки может быть:

- определение имеющегося ресурсного потенциала туристской индустрии конкретной территории;

- выявление перспектив развития туристской индустрии на конкретной территории: определение потенциальных объектов, перспективных видов туризма, потребностей туристов и т.д.

Цель проведения оценки определяется и формулируется субъектом оценки. Субъектом оценки ресурсного потенциала туризма являются:

- органы государственного управления и органы местного самоуправления (Министерства, Федеральные агентства, муниципальные образования и пр.);

- предприниматели и другие коммерческие структуры (инвесторы);

- научные и исследовательские учреждения (научно-исследовательские институты, ВУЗы, центры и пр.);

- консалтинговые компании.

Оценки ресурсного потенциала туризма, проводимые на уровне отдельного района или региона, в основном, направлены на определение существующего потенциала в натуральных единицах, и характеризуются несопоставимостью полученных результатов с показателями других регионов.

Оценка, проводимая консалтинговыми компаниями и научно-исследовательскими учреждениями, отличается наибольшей применимостью и сопоставимостью с показателями развития туристской отрасли других территорий и регионов. Коммерческие организации проводят оценку ресурсного потенциала туризма для определения эффективности инвестиционных вложений в развитие туризма на данной территории.

Можно выделить следующие направления оценки туристских ресурсов:

- количественная оценка ресурсов, позволяющая описать имеющиеся туристские ресурсы количественно – то есть определить их объем и запасы;

- качественная оценка ресурсов, которая позволяет оптимизировать направления по использованию туристских ресурсов дестинации;

- анализ потенциальных возможностей использования ресурсов – определение рамок использования ресурсов, а также экономических, социальных и экологических последствий пользования туристскими ресурсами.

В связи с многообразием туристских ресурсов, субъектов оценки и, как следствие, целей проведения оценки ресурсного потенциала туризма существующие методики можно условно подразделить на:

- методики комплексной оценки туризма страны, региона или локальной территории;

- методики оценки отдельных ресурсов туризма;

- методики оценки эффективности развития конкретных видов туризма (приложение А).

Данные методики основаны на экспертных, маркетинговых, математических, статистических и пр. подходах. В основном представленные методики содержат последовательные этапы (алгоритм) оценки ресурсного потенциала. Часть методик не предполагает расчета интегрального показателя, что приводит к несопоставимости результатов оценки различных территорий или регионов. Основным результатом некоторых комплексных методик является составление туристской карты, согласно которой весь регион подразделяется на перспективные зоны развития туризма и зоны с низким уровнем туристских ресурсов.

Экспертный подход к проведению комплексный оценки позволяет достаточно точно определить имеющуюся ресурсную базу конкретной территории, но не способствует объективному сравнению нескольких территорий. Одной из существенных проблем при использовании данного подхода является обеспечение объективного экспертного анализа. Использование данного подхода при комплексной оценке ресурсного потенциала туризма нецелесообразно, поскольку комплексные методики предполагают оценку всех элементов туристского потенциала (объекты туристского интереса, туристская и обеспечивающая инфраструктура и т.д.), что в отношении объективной оценки со стороны одного эксперта невозможно. Данный подход наиболее эффективно использовать как один из этапов комплексной оценки.

Таким образом, представленные методики оценки ресурсного потенциала туризма основаны на оценке туристских ресурсов конкретной территории. В методиках отсутствует оценка влияния социальных и экономических факторов на развитие региональной системы туризма.

В современной практике оценки ресурсного потенциала туризма сложилась группа методик, позволяющих оценить отдельные ресурсы туризма (природные, культурные, исторические, этнографические и т.д.) (приложение Б).

Суть практически всех представленных методик сводится к описанию имеющихся ресурсов на конкретной территории и ранжированию по площади и количеству. Методики не позволяют определить уникальность объектов туризма и степень их освоенности (транспортная доступность, уровень развития туристской инфраструктуры и т.д.) и не учитывают влияние различных факторов на туристский ресурс.

Представленные выше методики, в основном, направлены на оценку природных ресурсов, которые оцениваются по следующим показателям: численной оценкой привлекательности; время осмотра; площадь; условиями освоения; количество туристов в единицу времени, которые могут пользоваться ресурсами без их истощения и нанесения вреда.

Данная тенденция объясняется наличием большого объема информации по этому виду ресурса. Однако многообразие видов ресурсов требует детальной оценки культурных, исторических, социальных и экономических ресурсов.

В связи с высокими темпами развития туризма в настоящее время многие авторы уделяют внимание разработке методик оценки эффективности развития отдельных видов туризма (приложение В).

Методики оценки эффективности развития отдельных видов туризма это самая непроработанная группа методик в отношении разнообразия оценки видов туризма.

Методики оценки эффективности развития отдельных видов туризма направлены на определение перспективных видов туризма на конкретной территории и необходимых для этого ресурсов и объектов. Но, несмотря на то, что в названиях методик указан конкретный вид туризма, они ориентированы не на совокупность всех ресурсов, необходимых для его развития, а только на отдельные ресурсы (только природные или культурно-исторические объекты, только климатические условия и т.д.), являющиеся непосредственно объектами туристского интереса. В методиках не учитываются такие факторы как потенциал туристской индустрии территории/региона (количество коллективных средств размещения, предприятия питания, транспортная инфраструктура и пр.).

Одним из наиболее сложных методов оценки туристских ресурсов является картографический метод.

Картографический метод - это метод, основанный на разделах картографии, изучающий вопросы использования карт для познания изображенных на них явлений.

Туристские карты – это географические карты, адаптированные и предназначенные для целей туризма. К туристским картам предъявляются особые требования в отношении выразительности и читаемости; они сопровождаются рисунками, фотографиями, указателями, текстом и различными справочными сведениями.

Для организации и планирования туристской деятельности разрабатываются следующие виды карт:

- бонитировочные карты, оценивающие природные, социально-культурные, экономические условия и инженерные предпосылки для развития туризма;

- карты, показывающие связи между туристскими ресурсами и туристскими потоками (например, карты устойчивости природных комплексов к туристским нагрузкам);

- карты туристского районирования, содержащие комплексную информацию о возможностях территориальной организации туризма.

Туристские карты выпускаются для удобства пользования, как правило, в виде буклетов или портативных тетрадей.

Традиционным методом работы с картами является описание карт. Данный метод активно применяется в рамках кабинетных исследований либо на стадии подготовки к оценке конкретной локальной территории. Географами разработаны основные принципы, которым должен руководствоваться исследовать использующий данный метод:

- логичность, упорядоченность и последовательность описания;

- отбор и систематизация фактов;

- введение в описание элементов сравнения, аналогии, сопоставления с использованием количественных показателей;

- оценка описываемых явлений или процессов с точки зрения конкретных задач исследования;

- четкая формулировка выводов и рекомендаций.

Туристские карты можно условно разделить на две большие группы: карты, которые предназначены для непосредственного пользования туристами и карты для туристского бизнеса, то есть для работников туристской индустрии.

С помощью туристских карт туристы и другие их пользователи решают следующие задачи:

- ознакомительные;

- ориентационные;

- информационно-справочные.

Еще одним важным методом оценки туристских ресурсов является их кадастр. Кадастр туристских ресурсов представляет систематизированный свод сведений, включающий количественную и качественную характеристику природных и социокультурных объектов и явлений туристского назначения. В настоящее время данный метод широко применяется в отечественной практике. Поскольку многими субъектами РФ туризм признан как одна их приоритетных и высокодоходных отраслей экономики, возникла необходимость определения ресурсного и туристского потенциала регионов.

Кадастровый учет осуществляется по следующим группам ресурсов:

- туристские ресурсы, которые являются основным элементом туристского продукта (музеи, театры, памятники и пр.);

- инфраструктурные ресурсы (градообразующая и градообслуживающая сферы);

- природные ресурсы.

Таким образом, представленные методики оценки туристского потенциала направлены на определение перспективных вариантов и возможностей развития туризма на основе имеющейся ресурсной базы. Часть методик отличается субъективностью, произвольной выборкой критериев оценки и достаточно сложным алгоритмом проведения.

**ТЕМА 3. КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ**

*Культурно-исторические рекреационные ресурсы: сущность, классификация и этапы оценивания*

В структуре рекреационных ресурсов особое значение имеют культурно-исторические ресурсы, которые являются основой организации культурно-познавательных видов рекреационных занятий.

Культурно-исторические объекты можно условно разделить на две большие группы: материальные и духовные.

Материальные культурно-исторические объекты - это совокупность средств производства и других материальных ценностей общества на каждой исторической стадии его развития.

Духовные культурно-исторические объекты - это совокупность достижений общества в образовании, науке, искусстве, литературе, в организации государственной и общественной жизни, в труде, быте и пр.

Говоря о культурно-исторических ресурсах, следует отметить, что не все объекты прошлого относятся к данной категории ресурсов. Культурно-историческими ресурсам считаются объекты истории и культуры, которые в настоящее время изучены и оценены, а также могут использоваться в туристско-рекреационной деятельности.

Основой развития экскурсионного и культурно-познавательного туризма являются такие культурно-исторические объекты как памятники истории и культуры.

Памятники истории и культуры в свою очередь подразделяются на следующие виды:

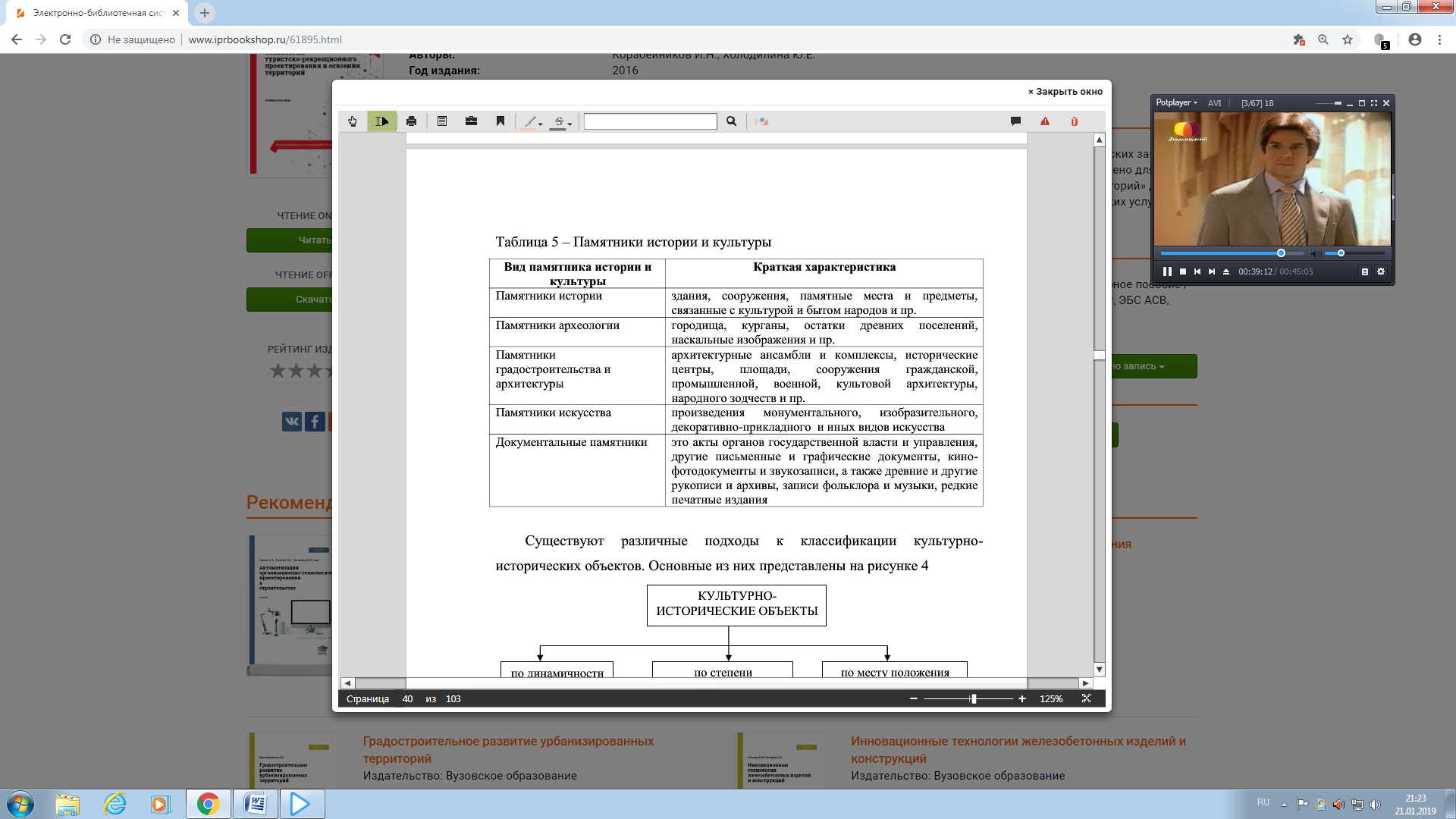
- памятники истории;

- памятники археологии;

- памятники градостроительства и архитектуры;

- памятники искусства;

- документальные памятники (таблица 5).



Существуют различные подходы к классификации культурно-исторических объектов. Основные из них представлены на рисунке 3

Для вовлечения культурно-исторических объектов в туристскую и рекреационную деятельность необходимо проводить анализ данных объектов, который состоит из следующих этапов:

- проведение учета объектов,

- описание их характеристики;

- определение типологии.

Для вовлечения культурно-исторических в туристскую и рекреационную деятельность также необходимо определить такой важный показатель как количество времени на осмотр данных объектов экскурсантами и туристами. В туризмологии выделяют следующие классификационные признаки данного показателя:

- степень организации объекта для показа;

- место положения экскурсантов по отношению к объекту осмотра.

В отечественной науке детально разработана лишь методика оценки природных ресурсов туризма. Вопрос оценки культурно-исторических ресурсов остается актуальным и по сей день. Это связано с тем, что данные ресурсы имеют большое значение в системе туризма, а для некоторых видов туристской деятельности имеют определяющее значение.

Технологическая оценка культурно-исторических ресурсов туризма может осуществляться по следующим критериям:

- степень физической сохранности объекта (высокая, средняя, низкая);

- время комфортного срока использования объекта;

- пропускная способность (количество человек в день);

- количество экспонатов для показа;

- удобство осмотра объектов туристами;

- процент объектов показа, доступных для туристов на данный момент;

- возможность улучшения технологических свойств объекта.

Технологическая оценка позволяет оценить степень технологической готовности, пригодность, комфортность культурно-исторических объектов для формирования туристского продукта.

Существует методика, основанная на психолого-эстетической оценке культурно-исторических ресурсов, которая основана на таких показателях как: уникальность, экзотичность, эстетическая емкость и способность к психологическому возбуждению, пейзажное разнообразие и гармония с окружающей средой.

Для оценки территории с точки зрения потенциальной экскурсионно-туристской деятельности используются в первую очередь картографический метод, а также метод районирования. Первоначально выявляются культурные ареалы, затем составляется кадастр культурных объектов, определяются объекты, выполняющие функции культурных ядер, оцениваются их значимость и сохранность, пропускная способность, а также экологическая емкость ландшафта, в котором они размещаются. Затем изучается туристская инфраструктура – наличие объектов питания, мест для проживания туристов в соответствии с потребностями и т.д. В зависимости от этого определяются содержание маршрута и его продолжительность.

*Памятники истории и культуры и их разновидности*

Особую группу историко-культурных ресурсов составляют памятники истории и культуры, которые в свою очередь имеют достаточно разнообразную классификацию:

- памятники культовой архитектуры;

- памятники светской архитектуры;

- археологические памятники;

- этнографические памятники;

- народные промыслы

Памятники культовой архитектуры – это группа объектов, которые являются наиболее древними и сохранившимися до настоящего времени; к ним относятся церкви и монастыри различных концессий.

Памятники светской архитектуры - это объекты городского строительства, причем как гражданского так и, а также загородные дворцово-парковые ансамбли.

Археологические памятники – это объекты культурно-исторического значения, к которым относятся селища, курганы, наскальные рисунки, земляные валы, древние каменоломни, рудники, а также останки древних цивилизаций и раскопки самых ранних периодов. Данные объекты составляют основу познавательного и научного туризма.

Этнографические памятники – это объекты этнографического наследия, используемые при формировании туристского продукта. В большинстве случаев данные памятники представлены двумя видами:

- музейные экспозиции в краеведческих музеях, музеях народного быта и деревянного зодчества;

- существующие поселения, сохранившие особенности традиционных форм хозяйствования, культурной жизни и обрядов, присущих данной местности.

Народные промыслы представляют собой особую группу памятников истории и культуры и относятся к древнейшим видам искусства (например, кузнечное дело, гончарное дело и пр.). Таким образом, следует отметить, что памятники истории и культуры являются основой развития туристской деятельности на локальной территории, причем различных видов туризма: познавательного, делового, научного, рекреационного и пр.

*Историко-культурный потенциал и методика его оценки*

Историко-культурный потенциал является основой познавательного туризма и отдельных видов научного туризма (этнографического, археологического), а также неотъемлемой составляющей делового и рекреационного видов туризма.

Культурное наследие – это наследие исторического развития цивилизации, которое сохранилось и сосредоточилось на локальной территории.

Существуют различные формы включения культурно-исторических ресурсов в систему рекреационного и туристского обслуживания. В вязи с эти возникает необходимость оценки данных объектов. Данная оценка объектов истории и культуры осуществляется следующими основными методами:

- ранжированием культурных комплексов по их месту в мировой и отечественной культуре, которая осуществляется экспертным способом (определяются объекты мирового, федерального, регионального и местного значения);

- необходимым и достаточным временем для осмотра.

При оценке территорий и разработке проектов, связанных с познавательным туризмом, необходимо учитывать основные особенности проектирования и развития данного вида туризма:

- хронологические особенности: предполагают, что в объекте прослеживаются различные исторические эпохи и периоды;

- территориальные особенности: формирование туристской инфраструктуры в непосредственной близости с культурно-историческими объектами;

- видовые особенности: предполагают, что тип культурно-исторических объектов определяет специализацию туристского комплекса (этнографический, образовательный, религиозный и пр.);

- образные особенности: культурно-исторический объект выступает в роли символа (образа) локальной территории;

- программные особенности: культурно-исторические объекты являются основой формирования туров и специальных программ;

- событийные особенности: культурно-исторические объекты являются основой формирования календаря событий и мероприятий.

Особый интерес для туристов представляют выдающиеся памятники природного и культурного наследия. В число таких памятников попадают объекты, включенные в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Процесс изучения объектов истории и культуры состоит из нескольких последовательных этапов:

1) изучение гражданской и военной истории объекта, выявление влияния исторического фактора на формирование объекта;

2) изучение историко-архитектурного аспекта развития туристского объекта;

3) выявление основных архитектурных стилей, встречающихся на территории объекта (в связи с историческим прошлым страны, района, города);

4) изучение наиболее важных и интересных для туристов памятников архитектуры;

5) изучение процесса развития духовной культуры (в том числе и в ее взаимовлияниях с иными культурами);

6) характеристика основных этапов развития духовной культуры и важнейших ее памятников (фольклор, литературное и музыкальное наследие, изобразительное искусство всех типов и др.);

7) изучение творчества крупнейших представителей культуры и искусства страны, района, города.

Таким образом, культурно-исторические ресурсы являются основой формирования и развития туристских комплексов. При проектировании туристской и рекреационной деятельности необходимо учитывать культурно-исторический потенциал локальной территории, который отражает специализацию туристского комплекса и является основой формирования стабильного туристского потока.

*Основные принципы рекреационного освоения исторического наследия*

В настоящее время многими государствами туризм рассматривается как приоритетная отрасль хозяйствования. Следует отметить, что в зависимости от имеющегося ресурсного потенциала определяется ведущее (приоритетное) направление развития туризма. Так большинство стран Европы обладает значительным культурно-историческим ресурсным потенциал, что определило познавательный и экскурсионный туризм как основное направление развития туризма.

Все большее количество объектов истории и культуры оказываются вовлеченными в туристский оборот. Однако данный процесс основан на следующем основополагающем принципе: сохрани – восстанови – не навреди.

Фактически каждый регион обладает культурно-историческим ресурсным потенциалом, который преимущественно представлен следующими территориями:

- древние малые города;

- усадебные и дворцово-парковые комплексы;

- монастырские комплексы.

Развитие туризма на уникальных исторических территориях должно быть основано на следующих постулатах:

- возрождение и развитие традиционных форм деятельности для данной уникальной исторической территории;

- новые виды деятельности должны дополнять, но не подавлять сложившиеся природные, хозяйственные и социокультурные процессы;

- развитие туризма на данных территориях должно осуществляться на основе исторического, экологического и ландшафтного принципов.

Одной из самых распространенных культурно-исторических территорий являются малые города. В настоящее время малые города сохранили архитектурный облик прошлых веков в гражданской застройке в сочетании с более ранними культовыми сооружениями.

При развитии туризма на территории малых городов следует не нарушать исторический архитектурный облик города. Новый объект туристской инфраструктуры должен вписываться в сложившийся городской ансамбль по этажности, архитектурному стилю, интерьерному оформлению. Следует отметить, что каждый туристский комплекс должен иметь свой индивидуальный образ и колорит. При проектировании туристской инфраструктуры недопустимо использование типовых архитектурных проектов.

Традиционно сложилось, что в непосредственной близости с малыми городами расположены монастырские и усадебные комплексы. В связи с этим при развитии туристско-рекреационной деятельности возможно создание на их базе природных и исторических парков. Природно-исторические парки могут быть:

- компактными, состоящими из одного исторического комплекса и его ландшафтного окружения,

- дисперсными, в которых территория парка охватывает несколько близко расположенных исторических памятников.

При проектировании и развитии природных и исторических парков должны быть учтены следующие принципы:

- географический принцип (несколько комплексов, объединенных одним географическим объектом – рекой, озером и пр.),

- исторический (серия комплексов, связанных одним историческим событием),

- мемориальный (серия комплексов, объединенных памятью об одной и той же исторической личности, места работы одной группы художников).

В процессе реконструкции усадебных и монастырских комплексов и проектировании на их территории туристской деятельности необходимо применять ансамблевый принцип и индивидуальное проектирование каждого объекта туристской и обеспечивающей инфраструктуры.

Таким образом, следует отметить, что процесс вовлечения объектов истории и культуры в туристский оборот является сложным и требует колоссальных усилий и внимания как со стороны органов власти так и бизнес-сообщества. Однако развитие туризма на культурно-исторических территориях является источником самофинансирования данных комплексов и как следствие позволяет проводить мероприятия по охране и восстановлению культурно-исторического наследия.

*Культурное наследие в туризме*

В настоящее время вопросами координации и стандартизации туристской и культурной деятельности занимаются такие международные организации как ЮНЕСКО и Всемирная туристская организация (ВТО).

Причем сфера деятельности между данными организациями условно разграничена. Так ЮНЕСКО координирует преимущественно культурную деятельность, а ВТО – туристскую.

Данными международными организациями разработано и утверждено большое количество документов, касающихся вопросов охраны культурного наследия, включения объектов в список объектов мирового значения и пр.

Следует отметить, что особого внимания заслуживают конвенции и рекомендации ЮНЕСКО по охране культурного наследия, которые послужили основой для приоритетного развития культурного туризма во всем мире. Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия была принята на XVII сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО 16 ноября 1972 г. и вступила в силу 17 декабря 1975 г. Основная цель документа - привлечение сил мирового сообщества для сохранения уникальных объектов культуры и природы. В 1975 г. Конвенцию ратифицировало 21 государство, за 25 лет ее существования к ней присоединилось еще 137 государств, и в настоящее время общее число государств – сторон Конвенции превысило 160.

Развитие туризма на определенной локальной территории неразрывно связано с таким понятие как культурное наследие.

Культурное наследие народа составляют произведения художников, архитекторов, музыкантов, писателей, ученых, мастеров народного творчества. Оно охватывает как материальные, так и нематериальные произведения, выражающие творчество народа, его язык, обычаи, верования и т. п.

В 1976 на Международном семинаре по туризму году был принят основополагающий документ, касающийся вопросов сохранения культурного наследия – Хартия культурного туризма

В соответствии с Хартией культурного туризма разработана следующая классификация использования культурного наследия в туризме:

- достояние, в основном используемое туристами (фестивали, представления, памятники и т. д.);

- достояние смешанного пользования (менее значительные исторические памятники и музеи, театры, места посещаемые экскурсантами, заповедники и т. д.);

- достояние, в основном используемое местным населением (объекты религиозного культа и гражданские сооружения, кинотеатры, библиотеки и др.).

Восточным Мичиганским университетом туризма и путешествий разработана концепция адекватного туризма, основывающаяся на сохранении и использовании национального наследия и традиций местности. Согласно данному документу, адекватный туризм – это туризм, который базируется на уникальных ресурсах местности, активно способствует сохранению и рациональному использованию ее культурного, исторического и природного наследия. В соответствии с этим выделены следующие принципы адекватного туризма:

- активное содействие в сохранении наследия местности;

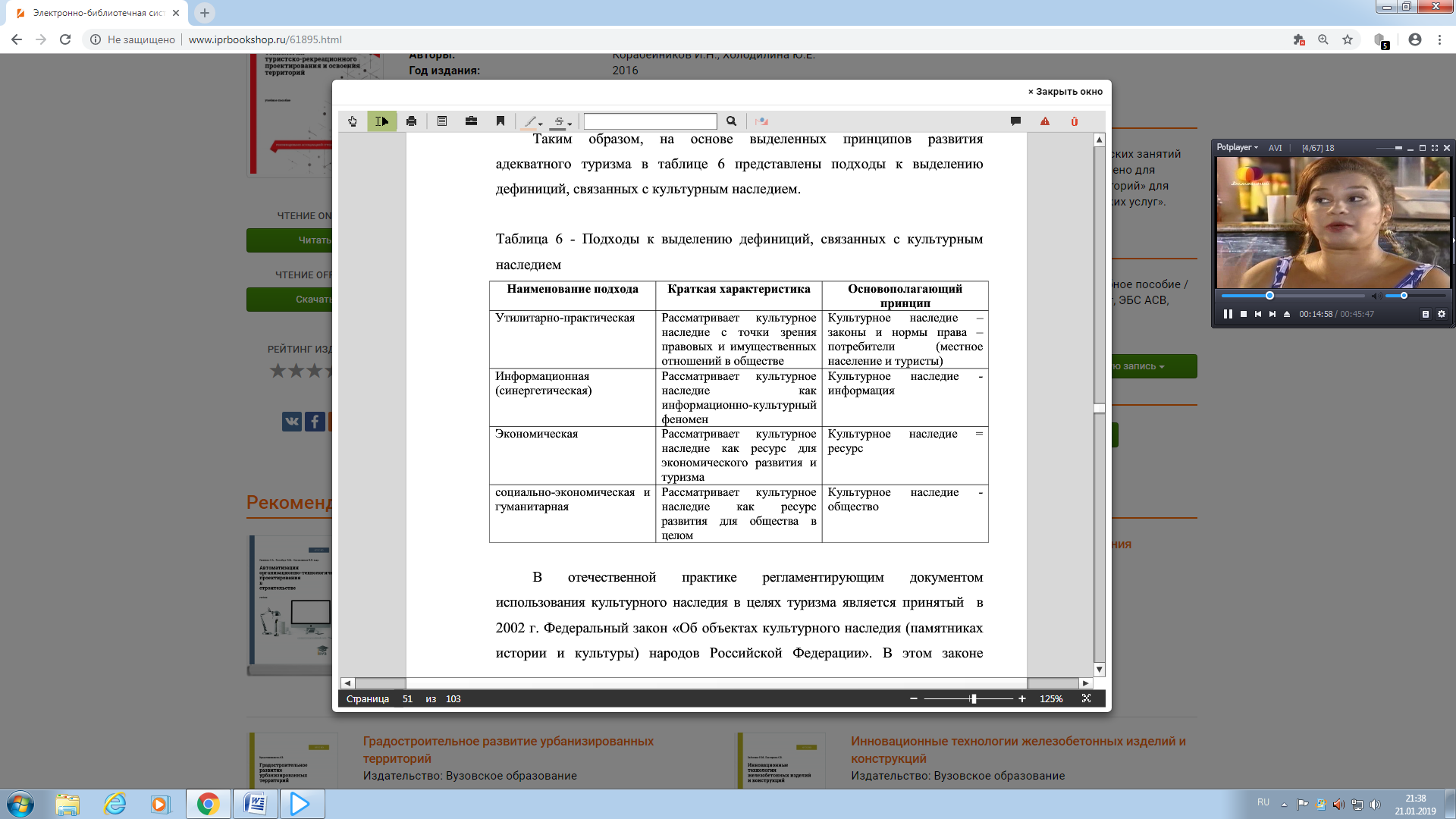
- определение уникальности наследия местности относительно других регионов;

- создание у местного населения чувства гордости и ответственности за уникальное наследие;

- разработка программы развития туризма на основе использования уникального наследия местности.

Таким образом, на основе выделенных принципов развития адекватного туризма в таблице 6 представлены подходы к выделению дефиниций, связанных с культурным наследием.

В отечественной практике регламентирующим документом использования культурного наследия в целях туризма является принятый в 2002 г. Федеральный закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации». В этом законе впервые в отечественной практике понятие «культурное наследие» выполняет роль основной функциональной категории.



Согласно закону, к объектам культурного наследия относятся объекты недвижимого имущества со связанными с ними произведениями живописи, скульптуры, декоративно-прикладного искусства, объектами науки и техники и иными предметами материальной культуры, возникшие в результате исторических событий, представляющие собой ценность с точки зрения истории, археологии, архитектуры, градостроительства, искусства, науки и техники, эстетики, этнологии или антропологии, социальной культуры и являющиеся свидетельством эпох и цивилизаций, подлинными источниками информации о зарождении и развитии культуры.

Объекты культурного наследия в соответствии с настоящим законом подразделяются на следующие виды:

- памятники – отдельные постройки, здания и сооружения с исторически сложившимися территориями (в том числе памятники религиозного назначения: церкви, колокольни, часовни, костелы, кирхи, мечети, буддистские храмы, пагоды, синагоги, молельные дома и другие объекты, специально предназначенные для богослужений); мемориальные квартиры; мавзолеи, отдельные захоронения; произведения монументального искусства; объекты науки и техники, включая военные; частично или полностью скрытые в земле или под водой следы существования человека, включая все движимые предметы, имеющие к ним отношение, основным или одним из основных источников информации о которых являются археологические раскопки или находки;

- ансамбли – четко локализуемые на исторически сложившихся территориях группы изолированных или объединенных памятников, строений и сооружений фортификационного, дворцового, жилого, общественного, административного, торгового, производственного, научного, учебного назначения, а также памятников и сооружений религиозного назначения (храмовые комплексы, дацаны, монастыри, подворья), в том числе фрагменты исторических планировок и застроек поселений, которые могут быть отнесены к градостроительным ансамблям;

- произведения ландшафтной архитектуры и садово-паркового искусства (сады, парки, скверы, бульвары), некрополи;

- достопримечательные места – творения, созданные человеком, или совместные творения человека и природы, в том числе места бытования народных художественных промыслов; центры исторических поселений или фрагменты градостроительной планировки и застройки; памятные места, культурные и природные ландшафты, связанные с историей формирования народов и иных этнических общностей, историческими (в том числе военными) событиями, жизнью выдающихся исторических личностей; культурные слои, остатки построек древних городов, городищ, селищ, стоянок; места совершения религиозных обрядов.

Таким образом, культурное наследие конкретной территории рассматривается как основополагающий фактор развития туризма и формирования туристских комплексов.

*Культурный ландшафт: современные представления и подходы к типологии*

В настоящее время вопросам экологической безопасности и сохранения культурного наследия уделяется большое внимание как на международном уровне так и на региональном. Эффективным направлением решения данных проблем является сохранение, восстановление и развитие культурного ландшафта.

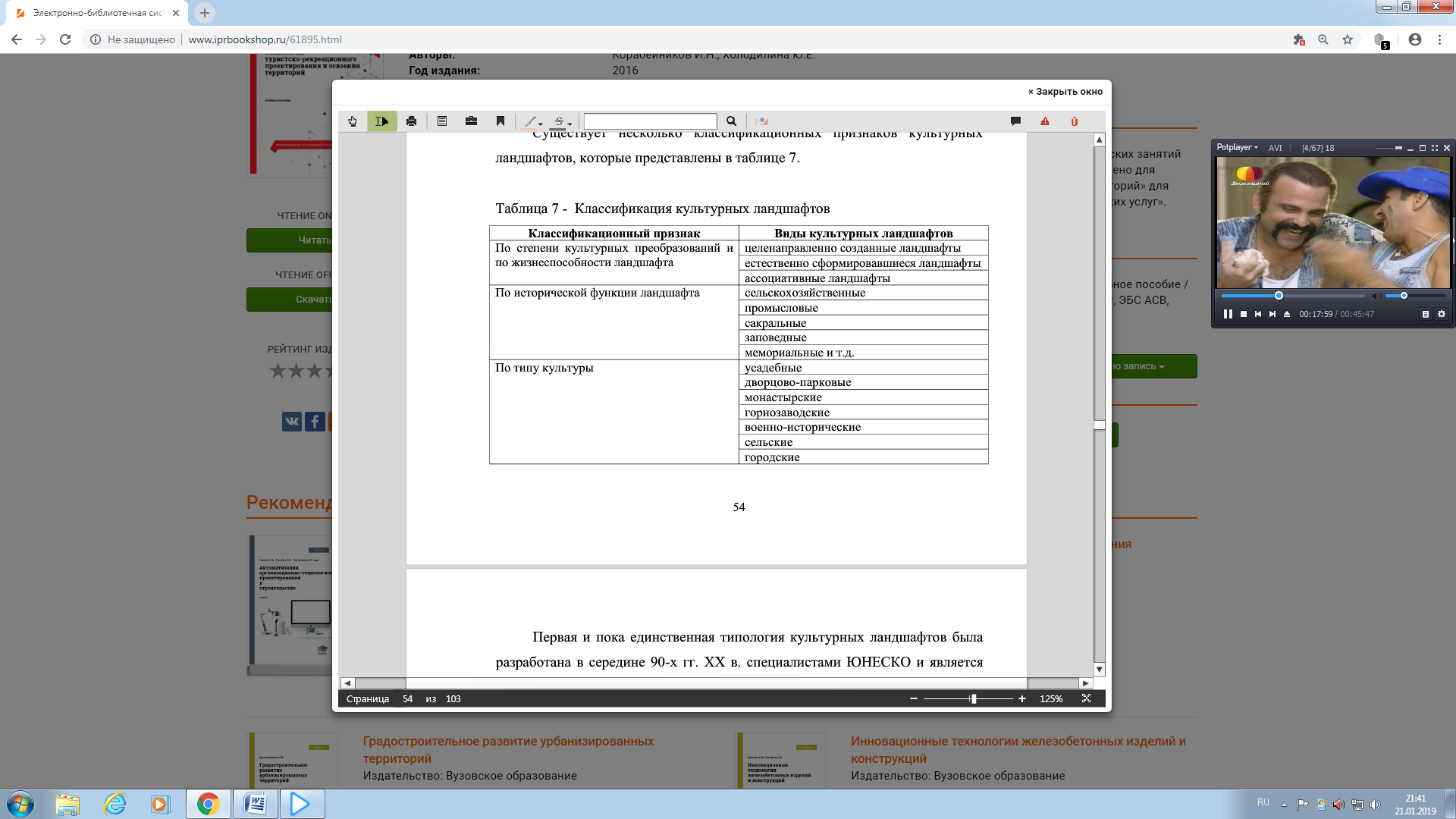
Культурный ландшафт – исторически равновесная система, в которой природные и культурные компоненты составляют единое целое, а не только являются фоном или фактором воздействия одного элемента этой системы по отношению к другому. В качестве культурно-ландшафтных феноменов рассматриваются дворцово-парковые ансамбли, дворянские усадьбы, монастырские комплексы, поля сражений, археологические комплексы, исторические сельские, городские и заводские ландшафты.

Категория «культурный ландшафт» выделена и законодательно закреплена в Федеральном законе «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации». Согласно данному закону культурные ландшафты отнесены к категории «достопримечательные места».

Согласно одному из руководящих документов ЮНЕСКО – Конвенции об охране Всемирного культурного и природного наследия, культурные ландшафты представляют совместные творения человека и природы.

Культурные ландшафты являются основой развития таких видов туризма как познавательный, экологический, научный, экскурсионный и пр. культурные ландшафты являются основой для взаимообусловленного развития природоохранной. Образовательной, научной и туристской деятельности.

Существует несколько классификационных признаков культурных ландшафтов, которые представлены в таблице 7.



Первая и пока единственная типология культурных ландшафтов была разработана в середине 90-х гг. XX в. специалистами ЮНЕСКО и является основой для номинирования/реноминирования территорий по категории «культурный ландшафт» (рисунок 4).

1 Целенаправленно созданные (рукотворные) ландшафты - это объекты ландшафтной архитектуры (парки и сады).

2 Естественно развивающиеся ландшафты – это образования, в которых природные процессы, в результате длительных, целенаправленных воздействий, претерпевают определенные изменения.Различают три субкатегории таких ландшафтов:

- ископаемые ландшафты, которые хранят в себе памятники археологического или палеонтологического наследия, сформировавших облик ландшафта, но безвозвратно ушедших или утративших функции носителя культурной традиции;

- реликтовые ландшафты – это ландшафты, которые продолжают жить и развиваться, но время их расцвета уже осталось в прошлом;

- развивающиеся ландшафты – это ландшафты, которые могут быть связаны с географически детерминированными аборигенными культурами, такими как культуры американских индейцев, африканских племен, северных евразийских народов.

3 Ассоциативные ландшафты – это ландшафты с сильными религиозными, художественными и культурными ассоциациями, а также чисто природные ландшафты без каких-либо материальных объектов культурного наследия.

Как объект наследия ландшафт должен обладать тремя важными свойствами, что зафиксировано в документах ЮНЕСКО:

- универсальность: взаимодействие человека и природы в трех контекстах – географическом, историческом и культурном;

- аутентичность: подлинность, достоверность, неразрывно связанная со свойством целостности;

- целостность: завершенность, единство, гармоничность и сохранность всех его составляющих – и материальных объектов, и ментальных свойств, и традиций природопользования.

Таким образом, следует отметить, что основным направлением использования культурных ландшафтов является формирование и развитие туристской деятельности на данных территориях. Туризм способствует сохранению культурного наследия и обеспечения экологической безопасности территории, а также является источником экономического роста данных территорий.

**Тема 4. ХАРАКТЕРИСТИКА РЕКРЕАЦИОННЫХ РАЙОНОВ РОССИИ**

Рекреационные районы России

В России различают следующие рекреационные районы России:

1. Кавказские Минеральные Воды: Ессентуки, Железноводск, Пятигорск, Кисловодск;

2. Кавказский рекреационный район: Республика Дагестан, республика Карачаево-Черкесская, Кабардино-Балкария, Краснодарский край;

3. Байкальский рекреационный район: Бурятия, Иркутская область, Читинская область;

4. Центральный рекреационный район: Владимирская область, Калужская область, Московская область, Смоленская область, Тверская область, Тульская область, Ярославская область;

5. Енисейский рекреационный район: Красноярский край, республика Тува, республика Хакасия;

6. Дальневосточный рекреационный район: Амурская область, Приморский край, Сахалинская область, Хабаровский край;

7. Северо-Западный рекреационный район: Вологодская область, Карелия, Ленинградская область, Новгородская область, Псковская область

8. Обско-Алтайский рекреационный район: Алтайская республика, Кемеровская область, Курганская область, Новосибирская область, Томская область, Тюменская область;

9. Поволжский рекреационный район: Астраханская, Волгоградская, Ивановская, Кировская, Костромская области. Республика Марий Эл, Нижегородская область, Самарская область, Саратовская область, Республика Татарстан, Республика Удмуртия, Ульяновская область, Республика Чувашия;

10. Приазовский рекреационный район: Краснодарский край, Ростовская область;

11. Российский Север: Архангельская область, Камчатская область, Коми республика, Магаданская область, республика Саха-Якутия;

12. Причерноморский рекреационный район: Анапа, Геленджик и Геленджикский район, Сочи, Туапсе;

13. Южно-Русский рекреационный район: Белгородская область, Брянская область, Воронежская область, Курская область, Липецкая область, Республика Мордовия, Орловская область, Пензенская область, Тамбовская область;

14. Уральский рекреационный район: республика Башкортостан, Оренбургская область, Пермская область, Свердловская область, Челябинская область;

15. Западный рекреационный район: Калининградская область.  
*1. Кавказские Минеральные Воды*

Кавказские Минеральные Воды являются вторым крупнейшим и уникальным регионом Российской Федерации, который по своим природно-лечебным ресурсам не имеет аналога на Евро-Азиатском континенте.

Само название говорит об обилии и разнообразии здесь минеральных источников. Это в сочетании с теплым сухим климатом позволяет лечить здесь многие болезни. Особенность этого района – живописный ландшафт, включающий в себя несколько красивых гор. Район представляет интерес и для познавательного туризма. С этими местами связаны важные страницы жизни многих выдающихся русских людей (Лермонтова, Пушкина, Грибоедова и др.). Крупнейшие курорты КМВ – Пятигорск, Кисловодск, Железноводск, Ессентуки.

Климат района Кавказских Минеральных Вод давно высоко оценен курортологами, успешно используется как лечебный фактор. Основные достоинства здешнего климата связаны с большим числом солнечных дней – в Кисловодске только 40 дней в году бывают без солнца. Здесь сравнительно сухо, сюда не доходят влажные воздушные массы с Черного моря, они задерживаются Главным Кавказским Хребтом.

Лучшее время года для отдыха и путешествий на Кавминводах – осень. Она бывает солнечная, сухая, богатая плодами и яркими красками.

*2. Кавказский рекреационный район*

Северо-Кавказский район России имеет хорошие условия для обеспечения санаторно-курортного отдыха возможности для всех видов туризма. Здесь создана густая сеть предприятий туризма и отдыха: курорты, туристские базы и альплагеря ждут гостей из всех регионов России и из-за рубежа. По склонам гор и холмов, вдоль рек и ручьев, среди деревьев проложены пешеходные маршруты. Неспешные прогулки, насыщенный ароматом цветущих деревьев лесной воздух, сказочные пейзажи снимают стрессы и являются необычайно целебными.

Туристы-водники весной и в начале лета совершают сплавы по многочисленным бурным рекам. Альпинисты используют Северный Кавказ как перевалочную и тренировочную базу для последующего штурма высоких вершин Горного Кавказа. Особенно широкое развитие получил пешеходный туризм. Походы по невысоким горам, ночевки на берегах горных рек, осмотр многочисленных памятников истории и природы – что может быть лучше во время отпуска?

*3. Байкальский рекреационный район*

Название района само указывает на его главное богатство – «Славное море – священный Байкал». Заполнивший громадную трещину в земной коре Байкал прочно занял достойное место среди рекордсменов планеты: это самое глубокое озеро на Земле (максимальная глубина – 1637 м).

Жемчужина, уникальное озеро, одно из красивейших мест на планете – подобные характеристики и эпитеты прочно закрепились за Байкалом. Как ни огромна Сибирь, как ни многочисленны ее богатства и красоты, Байкал все равно остается «самым-самым», словно созданным природой специально для восхищения. Притягательная сила красоты Байкала настолько велика, что расстояние – не помеха для истинных ценителей. Особые климатические условия складываются вблизи Байкала. Озеро оказывает смягчающее влияние на прибрежные территории. Зима здесь мягче, лето прохладнее. Самый теплый месяц – август. Благоприятный для отдыха и туризма период длится с июня по сентябрь. Количество часов солнечного сияния на берегах озера даже больше, чем на черноморских и азовских курортах.

Исторические и культурные достопримечательности сосредоточены главным образом в Иркутске и Улан-Удэ. Особой популярностью пользуются места, связанные с жизнью ссыльных декабристов и польских революционеров. Интересны этнографические памятники коренного бурятского населения (культовые постройки, жилища, одежда). У села Качуг на скальных берегах Лены имеются уникальные древние наскальные росписи и археологические находки – стоянка и захоронение первобытных людей. В окрестностях Байкала находятся несколько месторождений полудрагоценных камней – лазурита, нефрита, а также единственное в мире месторождение красивейшего фиолетового камня – чароита. Ювелирные изделия из этих камней – лучшие сувениры из этого удивительного края!

*4. Центральный рекреационный район*

В районе расположен крупнейший в стране центр познавательного туризма и центр формирования спроса на туризм всех видов – столица России Москва. В огромной агломерации сосредоточено необыкновенно большое число памятников истории и культуры, музеев и выставок, достопримечательностей различных эпох. Миллионы отечественных и иностранных туристов ежегодно посещают столицу. Москва, безусловно, крупнейший центр общероссийского и международного туризма.

Пейзажи Центрального района не пестрят броскими и яркими красками, но по-своему прелестны. Они знакомы и милы большинству россиян. Около трети, а на севере и северо-западе региона и более половины площади занимают леса. Замечательны смешанные леса на западе и в Подмосковье, где ели или сосны сочетаются с дубом, липой, кленом, ясенем. Богаты лесной дичью, грибами, ягодами сосновые и еловые леса на севере региона. В южной части Центрального района еще сохранились дубовые и липовые рощи, а изумительные перелески из типичной для этих мест прославленной в песнях белой березы уже давно стали символом природы России.

Центральный район чрезвычайно насыщен памятниками истории и культуры. Славится центр России и знаменитыми «родовыми гнездами» – усадьбами, связанными с именами прославленных русских людей, и средневековыми архитектурными сооружениями, и памятниками героической истории русского народа. «Золотой фонд» культурно-исторического наследия России составляют многочисленные памятники мирового значения, расположенные в древних городах «Золотого кольца России». Путешествуя по этому великолепному и популярному маршруту, своими глазами можно увидеть всю тысячелетнюю историю православной Руси. Это археологические памятники, славянские курганы IX-ХП вв., первые каменные постройки на Руси – храмы XII-ХШ вв. Всемирно известны монастырские архитектурные ансамбли Троице-Сергиевой лавры.

*5. Енисейский рекреационный район*

Уникальность Енисейского края – в своеобразном сочетании многочисленных низких, средних и высоких хребтов, между которыми залегают обширные котловины. Плавно извиваясь с запада на восток, гряды гор с чарующими названиями: Саяны, Танну-Ола, Ала-Тау, Сенгилен – опоясывают Минусинскую, Чулымскую, Тувинскую котловины. Вся территория поднята на большую высоту, а самая высокая точка, гора Мунку-Хайран-Ула, достигает 3976 м.

Подобные экзотические ландшафты, с торчащими среди песков костями динозавров, юртами кочевников уникальны для России, ради них стоит преодолеть тысячи километров дорог и перевалы Восточного Танну-Ола.

Верхние части гор безлесные, скалистые, с небольшими снежниками и ледниками. Местные их называют «гольцами». Саянские гольцы весьма популярны среди самодеятельных пеших туристов, туристов-лыжников и альпинистов. Для них проложено множество маршрутов различной сложности и на любой вкус. Туристы-спелеологи путешествуют по гротам и подземным озерам пещер Орешная (28 км) и Баджейская (6 км). У многих Красноярский край ассоциируется с названиями Столбы и Шушенское. Действительно, природа и история сделали эти места всемирно известными. Столбы – уникальнейший заповедник в отрогах Восточного Саяна на правобережье Енисея вблизи Красноярска. Сейчас это традиционное место отдыха жителей крупнейшего сибирского города, место массового паломничества скалолазов и пеших туристов. В экскурсионной зоне заповедника есть уголок живой природы, где в просторных вольерах содержатся представители фауны горной тайги Сибири: марал, кабарга, косуля, соболь, росомаха, рысь, бурый медведь, глухарь. А вот древнее село Шушенское, известное с 1728 года, прославилось на весь мир. Во времена самодержцев здесь отбывали ссылку декабристы, польские революционеры, народники, а с 1897 по 1900 годы – поднадзорный В. И. Ульянов-Ленин. В связи со столетним юбилеем Ленина в 1970 году Шушенское было превращено в туристический центр Енисейского района. Здесь была создана мощная инфраструктура туризма: дороги, причал для судов, туристская гостиница, две турбазы, музеи, картинная галерея, памятники. Великолепная природа и рукотворные объекты не подвержены политической конъюнктуре. Они ждут отдыхающих и сегодня.

*6. Дальневосточный рекреационный район*

Конечно, главные особенности Дальневосточного района – его исключительная удаленность от Европейской части страны и поразительное своеобразие природы. Дальний Восток сильно отличается от других регионов России. Особый климат, своеобразный рельеф, тихоокеанские берега, уникальный растительный и животный мир придают ему неповторимый колорит. Путешественник не пожалеет о тысячах километров пути, увидев однажды его необычайно богатую природу. Он будет очарован дивными красотами и ярчайшими экзотическими красками. Поднявшись на вершину, вдохнув терпкий запах цветущего багульника, видишь плавные, покрытые лесом сопки, которые волнами уходят к горизонту, сливаясь там с яркой синевой океана. На Дальнем Востоке все ново и необычно для европейца. Даже горы здесь необычные. Такие горы называются сопками. Благодаря климату, особенностям рельефа и дивным красотам растительного мира, на Дальнем Востоке очень популярен активный пеший и лыжный туризм. С местных турбаз совершаются походы по склонам Сихотэ-Алиня. В горах близ города Арсеньева, а также на Сахалине, вблизи турбазы «Горный воздух», оборудованы трассы для любителей катания на горных лыжах. Приехавшим на Дальний Восток есть что посмотреть. В районе много памятников русской морской славы, начиная от командора Витуса Беринга и капитана Невельского до героев Цусимы и двух мировых войн. Здесь воевал легендарный Сергей Лазо, прошли юношеские годы писателя Александра Фадеева. В Хабаровске непременно следует осмотреть панораму «Волочаевская Сопка», а во Владивостоке – посетить Музей флота и мемориальное морское кладбище. Великолепен недавно поставленный во Владивостоке памятник Муравьеву-Амурскому. В Хабаровске нужно отдать дань истории покорения Сибири, поклонившись памятнику, выдающемуся землепроходцу Е. П. Хабарову. Однако главнейший познавательный ресурс Приморья, который уже в ближайшем будущем сыграет важнейшую роль в рекреационном и туристском освоении края – его необычайно богатая природа.

*7. Северо-Западный рекреационный район*

Санкт-Петербург, Псков, Новгород, Вологда, Карелия – это уже северный край, лежащий от 56° с. ш. до самого полярного круга. Поэтому погода и климат, холодные воды, таежная флора и фауна, своеобразная архитектура, даже быт и характеры людей отмечены своеобразной «северной печатью». Но чаще всего северный колорит здешних мест ассоциируется с «белыми ночами». В июне солнце лишь на 1–2 часа уходит за горизонт, но его рассеянный свет освещает Землю и ночью. На смену дню приходят недолгие, молочной белизны небес, сумерки. Июнь, период «белых» ночей, – лучшее время для экскурсий по Санкт-Петербургу и его окрестностям.

В России только знаменитое «Золотое кольцо» может сравниться с Северо-Западом по числу замечательных исторических мест и архитектурных шедевров. Древнейшие русские города-музеи Новгород (859 г), Псков (903 г), Белозерск (862 г), православные монастыри на Валааме и в Кириллове, деревянные архитектурные ансамбли Вологды и Кижей, пушкинские места в Тригорском и Михайловском – это лишь начало длинного списка мест, соблазнительных для путешественников.

Ярчайший бриллиант туристской коллекции Северо-Запада – Санкт-Петербург и его окрестности. Резиденции российских самодержцев такие разные и потому всегда такие привлекательные для туристов: Петродворец – грандиозностью и изумительными фонтанами, Павловск – изысканностью паркового ансамбля, Гатчина – парковыми озерами и схожестью дворца с рыцарским замком. Царское Село – роскошью Екатерининского дворца и Александровского парка, славой пушкинского лицея, Ораниенбаум – старинным тенистым парком и изящным «китайским» дворцом... А сам Санкт-Петербург, огромный город в устье Невы, северная столица России, закованная в гранитные берега, широкая и полноводная Нева со своими рукавами и каналами, мостами, переброшенными через них, – подлинное украшение города, который по праву называют Северной Венецией. Несметные сокровища музеев и дворцов Санкт-Петербурга влекут туристов в свои тихие роскошные залы.

*8. Обско-Алтайский рекреационный район*

Особенность региона – резкое различие природы и рекреации его западной и восточной частей. Западная включает Тюменскую, Курганскую, Омскую, Томскую, Новосибирскую области и равнинную часть Алтайского края. Это выровненные степные и лесостепные пространства на юге Западно-Сибирской низменности. В восточной части, где находятся Кемеровская область и республика Алтай, хребты Салаирского кряжа, Кузнецкого Алатау, Горной Шории, Алтая перемежаются с обширными котловинами и глубокими каньонами. Горный Алтай обладает особенной, притягательной силой. Даже опытные туристы, объездившие всю страну и видевшие чудесные уголки Урала, Кавказа, Карелии, все же отдают предпочтение Алтаю. Он остается в памяти голубым и просторным, полным золотистого света. В прозрачной голубизне воздуха рисуются волны лесистых хребтов, обширные тундровые плоскогорья с фиолетовыми снежниками, чистые, не умолкающие реки, озера среди отшлифованных временем скал. Неповторимые виды голубого Алтая – награда для туристов и отдыхающих.

Восточная часть Обско-Алтайского района очень популярна среди пеших туристов, водников, лыжников и альпинистов. Водниками освоены сложнейшие Алтайские реки – Катунь, Башкаус, Чуя, Чулымшан. Крупнейшие реки Обь и Иртыш, а также водохранилища на них пригодны для теплоходных экскурсий и парусных переходов. Горовосходители совершают путешествия по Катунским, Северо-Чуйским, Теректинским «белкам». Здесь проложено множество пешеходных, лыжных, конных, лодочных маршрутов. Престижными считаются альпинистские восхождения на самую высокую вершину Алтая – гору Белуху (4056 м). В Горной Шории, близ города Междуреченска оборудованы горнолыжные трассы европейского уровня, с подъемниками и всем необходимым для катания на лыжах. В районе немало культурно-исторических достопримечательностей, в основном они сосредоточены в крупных городах: заложенном Ермаком древнем Тобольске, крупнейшем индустриальном и научном центре Сибири Новосибирске, столице нефтяного края Тюмени, в целинном Барнауле, в Омске – резиденции Колчака. В Горном Алтае интересны археологические памятники, наскальные рисунки, этнографические объекты. В селе Сростки Алтайского края – Дом-музей В. М. Шукшина.

*9. Поволжский рекреационный район*

Объединяет в единый район разнородные по природным и хозяйственным особенностям территории, по которым проходит основная речная артерия Европы – Волга. Волга – великий туристский путь. На берегах Волги и ее притоков построены многочисленные турбазы и пансионаты. Достопримечательности: практически все расположенные на Волге областные и столичные города являются крупными центрами познавательного туризма: Кострома с великолепным Ипатьевским монастырем; бурно развивающийся Нижний Новгород с комплексом строений средневекового кремля, с уникальным памятником Валерию Чкалову и постоянно действующей выставкой российского вооружения, производимого в годы войны; столица Чувашии Чебоксары, где каждому покажут памятник и Дом-музей легендарного В. И. Чапаева; древняя Казань, столица Республики Татарстан; родина организатора-вдохновителя Октябрьской революции В. И. Ленина – город Ульяновск, где и поныне действует крупнейший мемориально-музейный комплекс. Запомнятся туристу и великолепные набережные Самары, самая длинная в России пешеходная улица в Саратове, хорошо сохранившийся Астраханский кремль. Невозможно без сердечного трепета пройти мимо величественного Памятника-ансамбля героям сталинградской битвы на Сапун-Горе в городе-герое Волгограде.

В Поволжье находится много мест, связанных с именами И. А. Гончарова, Н. Г. Чернышевского, А. М. Горького, И. И. Шишкина, А. Д. Сахарова и других выдающихся людей Российского государства.

*10. Приазовский рекреационный район*

Приазовье – самый близкий к обеим российским столицам регион с теплым морем. Сравнительно небольшое по размерам, теплое, мелководное, с многочисленными заливами и лиманами, чистыми малолюдными пляжами, Азовское море совершенно незаслуженно находится в «тени» своего южного соседа – Черного моря. Исходя из современных социальных и экономических реалий, Приазовье – один из наиболее перспективных для развития рекреации регионов России.

Природа Приазовья замечательна своими контрастами. На одних участках побережья Кубано-Приазовская равнина плавно спускается к морю, на других – крутым высоким обрывом останавливается у самой кромки воды. Ни пляжей, ни удобных спусков здесь нет. Истомленные жарким солнцем сухие степные пространства соседствуют с морскими просторами и полноводными реками Дон и Кубань. Пресные озера перемежаются с солеными; разнотравно-ковыльные степи соседствуют с тугайными лесами, тянущимися вдоль рек, и сообществами растений, проживающих на засоленных землях. Сады, виноградники, плантации риса и томатов соседствуют с обширными нетронутыми болотами. Любителей охоты на водоплавающих птиц ждут в селе Ачуево в Приазовском охотничьем заказнике. Туристам и отдыхающим будет интересно посетить ботанический сад и зоопарк в Ростове-на-Дону и дендрозоопарк в Таганроге. Территория Приазовья буквально переполнена интересными для приезжающих природными, историческими и археологическими объектами. Маркитанская лагуна, Ахтанизовский курган, холм Дубовый рынок, Карабетова гора – сопки действующих грязевых вулканов, плантация индийских лотосов в Ахтарском лимане, озеро Ханское, Сазальнинская и Долгая косы, источники минеральных вод «Топти», «Мец-Червах», «Малая Дери», Гирловский и Щепкинский заказники. Любителей истории и древностей ждут греческие городища у мыса Ахиллеон – Гермонасса, Кепы, Танаис – Елизаветинское и старинные города-крепости: Азов (1067), Батайск (1768), Темерницкая таможня (1749), Таганрог (1698), Фанагория (1794), Ейское укрепление (1848). Много архитектурных памятников в Ростове-на-Дону, среди которых выделяется собор конца XVIII века, один из самых высоких и богатых в России. Приазовье связано с жизнью и творчеством А. П. Чехова, М. Ю. Лермонтова (Таганрог, Тамань).

*11. Российский Север*

Суровые климатические условия, труднопроходимые таежные леса на юге и заболоченные лесотундры на севере района, дурная слава назойливого гнуса, комаров и мошки, редкая сеть путей сообщения, низкая плотность инфраструктуры туризма не манят сюда приверженцев традиционного «ленивого» отдыха у теплого моря под жарким солнцем. Север привлекает в основном самодеятельных хорошо подготовленных туристов-спортсменов, а также смельчаков, жаждущих экзотики и острых ощущений. В июле и в августе пешие туристы путешествуют по невысоким, но опасным горным массивам Кольского полуострова. Путешественники пересекают суровое и величественное плато Путорана на Таймыре, внимая дикой красоте глубоких мрачных каньонов, пикообразных вершин, каменистых тундр и лиственных редколесий. Самые отчаянные альпинисты штурмуют альпийские вершины Пай-Хоя и Полярного Урала, а кое-кто покоряет исключительно сложные для восхождения вершины на северо-востоке России в Якутии: гору Мус-Хая (2959 м) в хребте Сунтар-Хаята и гору Победа (3147 м) в хребте Черского.

Добравшись по воздуху или по морю до Камчатки, туристы поднимаются на один из 300 имеющихся здесь вулканов, чаще всего на Авачинскую или Корякскую сопки. Затем, спустившись в Долину гейзеров, любуются фантастически сказочным зрелищем: в глубоком ущелье группами расположились гейзеры Первенец, Великан, Двойной, Жемчужный, Фонтан. Это уникальное вулканическое явление россияне могут увидеть только на Камчатке.

Реки и озера Кольского полуострова, Таймыра, Камчатки и района Полярного Урала привлекательны для подготовленных туристов-водников. А в марте, апреле и даже в мае, когда зимняя стужа ослабевает, уходит полярная ночь и световой день становится очень длинным (14–16 часов), на склоны Хибинских гор, камчатских вулканов и Полярного Урала устремляются туристы-лыжники. Вблизи Кировска, на склонах Юкспорлака, и в окрестностях Петропавловска-Камчатского, на склонах вулкана Авача, оборудованы прекрасные трассы для горнолыжного катания.

Уникальной особенностью Северной зоны является возможность организации речных и морских круизов. Состоялись плавания на атомных ледоколах по Северному морскому пути и даже к Северному полюсу, однако такие экзотические путешествия пока доступны лишь очень обеспеченным россиянам.

Север давно знаменит и своими неограниченными возможностями для спортивной охоты и рыбалки. В европейской части Российского Севера находятся две крупнейшие жемчужины познавательного туризма. Это небольшой древний городок Каргополь (Архангельская область) и Соловецкий архипелаг на Белом море.

*12. Причерноморский рекреационный район*

Причерноморье действительно заслуживает только превосходных степеней в оценке его рекреационного потенциала. Для него характерна исключительно высокая насыщенность познавательными объектами, как природными, так и культурно-историческими. Здесь имеются наиболее благоприятные условия для оздоровления и спортивного туризма. 350-ти километровая полоса побережья почти сплошь застроена санаториями, пансионатами, туристическими базами и отелями – плотность инфраструктуры отдыха самая высокая в России. Все это предопределяет общероссийскую и международную значимость Причерноморья и позволяет ему успешно выполнять оздоровительную, познавательную, спортивную и лечебную функции.

Берега Кавказского Причерноморья отличаются слабой изрезанностью, простотой и плавностью очертаний. Во многих местах имеются абразионные (размываемые) берега. Севернее Анапы побережье иное. Здесь распространены низкие песчаные лиманные берега. Чуть дальше к северу, на южном обрывистом берегу Таманского полуострова, большой интерес для туристов представляют мысы Панагия, Железный Рог и расположенная между ними древняя Тмутаракань.

С характером берегов связаны особенности Черноморских пляжей. От Адлера до Ольгинки почти повсеместно, полосой от 20 до 80 метров тянутся гравийно-галечниковые пляжи. Между Геленджиком и Анапой преобладают неширокие галечниковые пляжи, а севернее Анапы искрятся на солнце желтые песчаные и белые ракушечные пляжи, широкие и очень удобные для отдыха с детьми. Уникальная особенность Причерноморья – расчлененный рельеф, сочетающийся с зеленью и многоцветьем своеобразного растительного покрова. Зеленый растительный покров, яркие краски цветов и плодов, расчлененный рельеф создают совместно уникальное пейзажное разнообразие, оказывают благотворное, успокаивающее воздействие на человека. Сами горы и связанные с ними природные объекты: скалы, ущелья, карстовые воронки и пещеры, водопады на горных реках – привлекают альпинистов, спелеологов, пеших туристов. Со смотровых площадок можно увидеть скалистые вершины и расположенные на склонах ледники. Заснеженные склоны гор в окрестностях Красной Поляны с ноября по май могут использоваться для горнолыжного катания.

На Северном Кавказе наиболее благоприятные условия для развития альпинизма в России. Особенно популярны у туристов районы гор Эльбрус и Казбек. У подножья Кавказских гор расположены наиболее известные туристические базы, являющиеся одновременно и центрами горнолыжного спорта.

Немало в районе и природных достопримечательностей. Это Тебердинский, Кавказский и другие заповедники. По территории района проходят многие пешеходные туристические маршруты. В ряде районов можно заниматься водными видами спорта – у морского побережья – парусным, на реках – лодочным. Несмотря на значительное развитие курортного хозяйства и туризма в районе, возможности используются не полностью. Это связано с рядом причин. Нередко санитарное состояние побережий бывает критическим и временно приходиться закрывать пляжи. На Черноморском побережье иногда отмечаются ураганные ветры сопровождающиеся паводками.

На Черноморском побережье Кавказа находится немало ценнейших памятников истории и культуры. Многие из них имеют общероссийское и мировое значение.

*13. Южно-Русский рекреационный район*

Своеобразное географическое положение Южно-Русского района оказывает существенное влияние на использование его территории для отдыха, лечения и туризма. С одной стороны, район расположен вблизи столичного региона. С другой стороны, эти области находятся поблизости от главных традиционных регионов отдыха. Крым, Кавказ, Азовское и Черное моря лежат «под боком» у Южно-Русского района. Все это приводило и приводит к тому, что потоки отпускников (местных жителей) в летний сезон активно устремляются на юг – к морю и в горы, а свои познавательные и культурные потребности они удовлетворяют в ходе экскурсий на север в Центральный регион России. Подобная двойственная ориентация внутреннего рекреационного бизнеса – особая специфическая черта Южно-Русского района.

Южно-Русская земля богата разнообразными архитектурными, археологическими, историческими и мемориальными памятниками. Она также дала России множество великих людей, прославивших нашу родину. Здесь сохранились древние городища; следы средневековых оборонительных сооружений в Пензе, Белгороде, Саранске; большой популярностью у туристов и местных прихожан пользуются старинные соборы и церкви. Уникальны Свенский монастырь (1268 г.), расположенный среди Брянских лесов, дворец XIX века в пос. Рамонь на Воронежских черноземах. Пугачевская палатка в Саранске, палаты бояр Ромодановских в Курске.

*14. Уральский рекреационный район*

По водораздельным вершинам Уральских гор проходит граница двух частей света: Европы и Азии. В нескольких местах на Урале, вблизи железных и автомобильных дорог, пересекающих горы, установлены монументы-символы, отмечающие положение столь важного географического рубежа. Эти места всегда привлекают внимание приезжающих. Древние горы, «седой Урал» – наиболее яркая природная особенность региона. Они создают неповторимый облик Урала, делают его притягательным для многочисленных туристов и отдыхающих.

Урал – индустриальное сердце России. Это сильно освоенный, плотно заселенный промышленный регион. Наряду с Кавказом, Карелией и Алтаем, Урал по праву считается одним из привлекательных для туристов регионов России. Несомненно, главная причина этого – горы. Именно расчлененный рельеф создает условия для развития разнообразных видов активного туризма. Многие наиболее высокие вершины Северного и Южного Урала – Ишерим (1331 м), Денежкин Камень (1492 м), Конжаковский Камень (1569 м), Большой Иреммель (1582 м), Ямантау (1640 м) – скалистые и безлесные. Они популярны среди альпинистов и скалолазов.

Некоторые горные склоны Урала оборудованы для горнолыжного катания и скоростного спуска. Исключительно популярны походы пешком, на лыжах и снегоходах, верхом на лошадях. Для массовых путешествий уже оборудованы отдельные участки уникальной Большой Уральской тропы, которая протянется с юга на север по всему Уралу.

На Урале немало достопримечательностей. Здесь сохранилось множество памятников, связанных с развитием промышленности - от каменоломен XVI-XVII веков до крупнейших гигантов современной индустрии, исторические объекты, связанные с походом Ермака и восстанием Емельяна Пугачева, места жизни и деятельности уральских писателей П. П. Бажова и Д.Н. Мамина-Сибиряка. Несомненно объектом массового паломничества станет печально известное место вблизи Екатеринбурга, где были расстреляны последний российский император и члены его семьи. В уральских городах-миллионерах: Перми, Екатеринбурге, Челябинске, Уфе – много театров, музеев, архитектурных памятников.

Среди природных достопримечательностей выделяются карстовые пещеры. На Урале насчитывается более 500 пещер и старых заброшенных шахт. Многие из них расположены в хорошо доступных местах и активно посещаются спелеотуристами. Всемирно известна Кунгурская ледяная пещера, которая расположена на окраине старинного города Кунгур, на правом берегу реки Сылвы, в теле Ледяной горы. Подземный путь проходит по 58 гротам и переходам, достигая 5–6 км. Эта необыкновенно красивая пещера оборудована для посещений и экскурсий.

Еще одна природная достопримечательность Урала – самоцветные камни. Аметисты, топазы, турмалины, яшмы – создали этому региону всемирную славу.

*15. Западный рекреационный район*

Уникальность этого крохотного по размерам района состоит прежде всего в том, что своими историческими и культурными корнями Янтарный край восходит к Восточной Пруссии. И старинный Кенигсберг, даже став волею судеб Калининградом, не утратил своей европейской внешности и стиля. Направляясь на отдых в Светлогорск (Раушен) или Зеленоградск (Кранц), турист получает редкую возможность прикоснуться к культуре и истории Западной Европы, не оформляя заграничный паспорт.

Янтарный край богат историко-культурными достопримечательностями. В основном они сосредоточены в Калининграде, одном из старейших европейских городов. Многие памятники старины дошли до наших дней и бережно сохраняются: кафедральный собор (XIV-XVI вв.) с могилой родоначальника немецкой классической философии Иммануила Канта, церковь Юдитты (XTV в.), ряд прекрасных католических соборов XIX века, биржа, Дворец правосудия, остатки средневековых городских ворот, оборонительные сооружения (форты, бастионы, равелины, редуты) XVII-XIX веков, ряд уникальных памятников, в том числе выдающемуся немецкому поэту Ф. Шиллеру (1910 г.). Есть в Янтарном крае, по крайней мере, два природных явления, мимо которых не проходит ни один приезжающий сюда человек. Первое – это дюны Куршской и Вислинской кос, второе – собственно и давшее название этому краю – балтийский янтарь. Уникальны Куршская и Вислинская (Балтийская) косы.

**ТЕМА 5. СОВРЕМЕННАЯ РЕКРЕАЦИОННАЯ АРХИТЕКТУРА**

Стилистический хаос эклектики, откровенная декоративность модерна, обращение к национальным традициям — все это подготовило новый этап развития мировой архитектуры 20—30-х годов XX в — ***функционализм***.

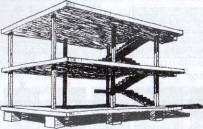
Основная идея функционализма заключалась в рациональном реше­нии функционального пространства и рабочей конструкции. Построен­ные в 20 —30-х годах XX в. многоэтажные торговые и жилые здания, загородные виллы полнее всего отразили черты функциональной архи­тектуры. «Форма следует за функцией» — основной лозунг функ­ционализма.

Конструктивной основой здания служил железобетонный каркас, состоящий из несущих столбов и опирающихся на них горизонтальных плит перекрытия (рис. 5). Стены, освобожденные от несущих функ­ций, превращались в гладкие, глухие или остекленные плоскости. В наружных стенах выполняли проемы любых размеров и формы, не на­рушавшие устойчивости конструкции. Перегородки свободно разме­щали внутри каркаса исходя из их функции.

**Основные принципы функционализма были сформулированы в виде пяти пунктов современной архитектуры:** 1) здание на столбах (здание поднято над уровнем земли столбами; при этом первый этаж освобож­дался для стоянки автомашин и зеленых насаждений; 2) крыша-терраса (плоская, эксплуатируемая, с садом на ней); 3) свободный план (кар­касная конструкция дает возможность свободного расположения пере­городок и при необходимости их перемещения); 4) ленточное окно (наи­более целесообразная форма, обеспечивающая наилучшее зрительное восприятие человеком окружающей среды и зависящая от конструк­ций); 5) свободное оформление фасада (размещение окон без прямого отношения к внутренней планировке здания).

Принцип отделения несущей конструкции (каркаса) от планировочно­го решения внес глубокие изменения в архитектуру XX в. Функциональ­ная архитектура стремилась геометризировать формы, уподобляя здание машине, обслуживающей че­ловека. Такие формы исполь­зовали как для мало- так и для многоэтажного жилищно­го строительства.

Функциональной архитек­туре принадлежит приоритет в создании программы, обосно­вывающей интернациональную демократическую архитекту­ру, которая могла бы стать фак­тором смягчения социальных противоречий капитализма. Средства решения таких задач

****

*Рис. 5. Конструктивная основа функцио­нальной архитектуры*

функциональная архитектура находит в стандартизации и серийности, в постановке архитектурной формы на индустриальную основу. Создание стандартных помещений, мебели и оборудования определялось законо­мерностями восприятия и поведения человека. Для функционалистов выполнение требований материального комфорта было крайне важно.

С конца 20-х годов XX в. функционализм получил распространение в Европе, а также появился в США, Южной Америке и Японии. На международной выставке в Нью-Йорке функционализм получил назва­ние *интернационального* стиля. В 1928 г. в Афинах на конгрессе международной организации архитекторов С1АМ была выработана Афинская хартия, в которой проанализированы четыре основные функ­ции города — работа, жилище, отдых и передвижение. Солнце, зеленые насаждения и пространство были определены как главные материалы градостроительства. В хартии было выдвинуто требование запретить размещение жилых домов вдоль транспортных магистралей, отводить для жилища и транспорта разные зоны; жилища необходимо разме­щать в среде, где много солнца и свежего воздуха; продолжением жили­ща должны стать зеленые зоны в каждом квартале, в которых будут размещаться здания и сооружения общественного назначения: ясли, до- и послешкольные учреждения, клубы для молодежи, культурные и спортивные учреждения, читальные и игровые павильоны, спортивные площадки, беговые дорожки и открытые плавательные бассейны.

В Афинской хартии было заложено понятие *пространство для от­дыха,* отдых разделен на три категории (повседневный, еженедельный, ежегодный), определено размещение территории для отдыха (вблизи жилища, в прилегающих к городам зонах, на разных континентах).

Программа отдыха, разработанная в Афинской хартии, включала разнообразные мероприятия и специальные сооружения: организацию коллективных и индивидуальных прогулок в живописных местах, раз­личных видов спорта и зрелищ; возведение гостиниц, турбаз, таверн, молодежных лагерей; рациональное использование транспортных средств доставки населения к местам отдыха.

**Современная архитектура жилого здания**

В конце 20-х годов XX в. поиск нового типа жилища начался и в советской архитектуре. Потребность в организации «нового быта» приве­ла к проектированию домов-коммун. Идея таких домов чер­палась из аскетической эстетики ***конструктивизма*** — возникшего в тот период нового творческого направления в советской архитектуре.

Формообразование в архитектуре конструктивизма определялось орга­низацией внутреннего пространства через конструкции к внешнему объе­му, по принципу «изнутри наружу». Новые формы организации внут­реннего пространства жилого дома должны были обеспечивать переход от жилья традиционного к жилью коллективному. Быт должен быть организован до минуты и четко разграничен: в спальне полагалось только спать, вся остальная жизнь должна проходить в культурном центре. Спальный и дневной блоки соединяются санитарным блоком, в котором размещены душевые и раздевалка с индивидуальными шкафами. На­учная организация быта должна была охватить и «организацию эмоций человека». |Такой жилой дом был построен в Москве на Ногинском бульваре в 1928 г. Дом-комплекс состоял из четырех корпусов: жило­го; общественного, в котором размещались столовая и спортзал; отдель­но стоящего детского сада и обслуживающего корпуса с помещениями для прачечной, сушилки, гаража и т. д. Шестиэтажный жилой корпус, поднятый над землей на столбах, соединялся с общественным корпусом теплым переходом. В жилом корпусе было три типа квартир: комнаты для одиноких, малометражные квартиры и многокомнатные в двух уров­нях. На первом уровне таких квартир размещались общая комната и кухня-ниша, на втором — спальня и санузел. Количество кухонь сведе­но до минимума, так как предполагалось обслуживание проживающих в столовой. В доме только два коридора (на втором и на пятом этажах), из которых имеются входы во все квартиры.

В 20 —30-х годах XX в. продолжали возводить индивидуальные жилые дома в условиях загородной застройки, которые несли в себе черты, продиктованные климатом и рельефом. Органическая связь зда­ния с природой, примером которой является вилла «У водопада» (арх. Ф. Райт, США), стала основой нового направления — ***орга­нической архитектуры.*** Отвергая представления о здании как си­стеме замкнутых пространств, органическая архитектура предлагала организацию пространства в движении, динамика развития которого, от­ражаясь во внешнем виде, растворяется в окружающей среде. Индиви­дуальные дома, возведенные на живописных участках парков или сре­ди гор, вблизи проточной воды или озера, в пустыне или на острове, соединяли функционализм с пластической архитектурной формой.

Общими чертами для всех индивидуальных домов являлись: ориен­тация на юг; отсутствие коридоров; совмещение кухни со столовой, раз­деление помещений по функциям; создание кухонь-баров (США); раз­мещение отопления в полу; теплые чердачные перекрытия; встроенная мебель; оборудование машинами для стирки белья и мойки посуды.

Стремление к созданию комфорта и тесного контакта с природой проявилось, например, в доме, построенном для писателя в США. Это каркасный стальной дом, окруженный плавательным бассейном, тен­нисным кортом, фруктовым садом и парком. Покрытие внутреннего двора выполнено из алюминия. Ванная комната дома имеет выход на крышу-сад с прудом. Искусственный дождь орошает крытый двор при сильной жаре.

Образцом технической смелости является «Дом в пустыне» (США), выполненный из алюминия и стекла с искусственным климатом: в нем предусмотрены отопление для зимы, охлаждающие устройства для лета.

Наиболее «раскрытым на природу» является стеклянный жилой дом, построенный в США в 1949 г. Дом просматривается насквозь, остек­ленные стены задергиваются шторами и только санузел решен в «ка­менном цилиндре».

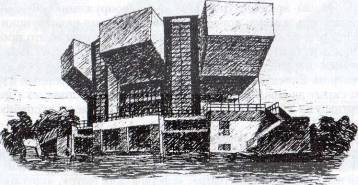
Строительство зданий на основе металлического каркаса и заполнения из стекла получило широкое распространение в США в 50-х годах про­шлого столетия (по многоэтажной структуре небоскребов). Такие жи­лые дома-небоскребы были возведены в Чикаго и получили название *структурной,* или *рациональной,* архитектуры.

**Новая архитектура общественных зданий**

В советской архитектуре 20 — 30-х годов прошлого столетия форми­рование новых типов общественных зданий носило комплексный ха­рактер. Стремление объединить многие учреждения и организации в одном общественном здании определялось новым пониманием актив­ной деятельности человека в коллективе и в непрерывном движении.

Дворцы труда, народные дома, дворцы и клубы рабочих занимали значительное место среди культурно-массовых учреждений. Наиболее развитыми по программе и внушительными по размерам были рабо­чие клубы. Для всех клубов были характерны своеобразное реше­ние объемно-пространственной композиции и интерьера, трансформа­ция и многоцелевое использование залов. Наибольшую известность получило здание клуба им. И. Русакова (арх. К. Мельников), построен­ное в Москве в 1927 г.- (рис. 6): пространство зрительного зала клуба расчленено на основное ядро и три прямоугольных в плане амфи­театра; каждый зал может функционировать как самостоятельное поме­щение и как часть общего зала с единой сценой. Конструктивное реше­ние амфитеатров в виде железобетонных объемных консолей создало необычный динамический облик здания.

В этот период были разработаны серии клубов. Клуб нового социаль­ного типа рассматривался как крупный комплекс, представляющий собой общественно-культурный центр: универсальный зал, ботанический сад, библиотека, лаборатория, спортивный зал, открытое демонстрационное поле, детский павильон с площадками и бассейном, парк для отдыха. Свободно организованная парковая композиция связывалась с главным объемом большого зала, перекрытого параболическим сводом-оболочкой.



*Рис. 6. Клуб им. И. Русакова (Москва)*

В конце 20-х годов строительство клубов приобрело профессиональ­ную направленность: Клуб металлистов в Москве, Клуб строителей в Ереване, Клуб Союза строителей в Харькове.

Распространение форм театрализованного массового действа, сопро­вождавшего праздники и народные торжества, требовало их соответ­ствующего пространственного оформления. Проектируются новые те­атральные сооружения, в которых все внутреннее пространство открывалось на площадь и улицу или объединялось, исключая социаль­ное деление зрителей (партер, ложи, амфитеатр, балконы, галереи). «Про­странственный» театр стал восприниматься главным общественным зданием города, предназначенным для многофункционального исполь­зования — театральных представлений, спортивных соревнований, ми­тингов, лекций.

Для крупных городов проводили конкурсы на разработку проекта «театра массового действа». Например, на международном конкурсе в Харькове (1930) овальный в плане объем здания мог изменять количе­ство зрительских мест от 2000 до 6000. Творческие поиски и оригиналь­ные идеи нового типа театра массового действия на практике были мало реализованы, но повлияли на проектирование и строительство цирков и кинозалов. Так, здание цирка в Иваново-Вознесенске (1933) проектиро­валось с расчетом на использование не только для новых представлений, но и как кинозала и мюзик-холла. Аналогичные процессы происходи­ли в строительстве зданий кинотеатров. По универсальности и составу помещений кинотеатры приближались к клубам. Значительная вмести­мость зданий кинотеатров проявилась в их названиях: «Гигант», «Про­метей», «Москва».

Массовый характер строительства зрелищных зданий во второй половине 30-х годов диктовал необходимость создания более экономич­ных архитектурных решений. Клубы преодолевают свою универсаль­ность, превращаясь в дом или дворец культуры определенного пред­приятия; театры разделяют по назначению: театры оперы и балета на 1000 — 1200 мест и драматическое театры на 600—1200 мест; кинотеат­ры из многозальных превращаются в двух- и трехзальные на 1000— 1200 мест.

***Зарубежная архитектура зрелищных сооружений 20 —30-х годов стремилась объединить новые требования, новые конструкции и клас­сические, ренессансные методы. В одних сооружениях это проявилось в полном отказе от декора, в других — в новой конструкции***. Первым зрелищным сооружением, возведенным по современному проекту (1913), был театр на Елисейских полях в Париже, железобетонный каркас ко­торого скрыт за мраморной облицовкой. Театр состоял из трех залов: концертный на 2100 мест, драматический на 730 мест, эксперименталь­ный на 250 мест.

**В рассматриваемый период в Европе были построены театры, кино­концертные залы, кинотеатры. В поисках новых форм театральных зданий были разработаны проекты оригинальных концепций:** «беско­нечный театр», «тотальный театр», «сферический театр», «круглый театр», «пространственный театр». Форма театра представляла собой нечто среднее между кубом и сферой. Новые зрительные залы должны были осуществлять взаимосвязь между актером и зрителем: в «бесконечном театре» — это подвижная динамичная сцена, размещаемая как сзади, так и перед зрителем; в «тотальном театре» сцена расположена в сере­дине здания и приспособлена для кругового и вертикального движе­ния; в «сферическом театре» зрители размещаются сверху вниз, по это­му же принципу разворачивается сценическое действие; в «круглом театре» зрительские места размещаются на вращающемся круге, по пе­риметру которого подвешивается занавес; «пространственный театр» исключал сценическую площадку — зрители и артисты размещались в едином зале.

Воплощение проектных решений новых пространственных форм театров осуществлялось только в 50-х годах. Наиболее полное пластическое выражение получило здание Оперного театра в Сиднее (арх. Й. Утцон, Австралия), пространственные оболочки покрытия которого создают впечатление наполненных ветром парусов

Начиная с 1924 г. в Европе ежегодно открывалось более тысячи кинотеатров. Главное отличие кинотеатров, построенных в 20-х го­дах, от обычного театра заключалось в том, что сцены кинотеатров были менее глубокими, чем в театрах, и над партером был только один ярус. Позднее кинотеатры становились все крупнее по размерам, вместимостью до трех-четырех тысяч зрителей, с тремя ярусами балконов. Фасады большинства кинотеатров имели монументальный характер. Самым известным был кинотеатр «Универсум», построенный в 1928 г. в Бер­лине. План кинотеатра в виде вытянутой подковы позволял удобно расположить зрительские места (с каждого места экран виден без иска­жений). Изгиб балкона повторяется в верхней части здания, в фойе, отражаясь в изогнутых объемах и горизонтальных акцентах фасадов. Кинотеатр расположен в комплексе с кафе-рестораном, жилыми дома­ми и отелем для холостяков.

Кинотеатр, построенный в Берлине, позднее составил часть комплек­са с магазинами вдоль улиц на первом этаже, конторскими помещения­ми на верхних этажах, овальными залами для танцев. Строительство комплексных кинотеатров продолжается в Европе до 1931 г. Архитек­тура малых кинотеатров определялась условиями размещения на участ­ке: между домами в середине улицы или на углах. Фасады зданий кинотеатров увязывали в этом случае с соседними зданиями и не отве­чали внутренней архитектуре.

Аналогичное размещение (в городской застройке) концертных залов влияло на форму зала, его конфигурацию и акустические свой­ства. В концертных залах, предназначенных для исполнения музыки, необходимо было, чтобы каждый слушатель находился на прямом пути звука, что достигалось при хорошей видимости сцены. Прямое направ­ление звука усиливалось отраженным звуком от стен и потолка. Фак­тура и материал стен и потолка определяют акустические свойства и интерьер зала. Из всех концертных залов, построенных в 20-х годах, наиболее известны концертный зал в Стокгольме, зал Плейель в Пари­же, павильон Уайт Рок в Гастингсе (Великобритания).

Концертный зал в Стокгольме прямоугольного плана с двухъярус­ными балконами с трех сторон на тонких колоннах; оркестровая сцена расположена так, что создается впечатление отсутствия какой-либо преграды между слушателями и оркестром.

Веерообразный план зала Плейель порывает с традиционной прямо­угольной формой: задняя стена переходит, закругляясь, в потолок; стены и потолок совершенно гладкие.

Новые пластические формы покрытия из железобетона получили развитие в спортивных сооружениях. Построенный в 1932 г. во Флоренции городской стадион криволинейными очертаниями лест­ничных маршей и мощных несущих конструкций покрытия трибун озна­меновал отказ от прямоугольных формообразующих железобетонных элементов. Покрытия трибун ипподрома, построенного в Мадриде в 1935 г., выполнены в виде железобетонных оболочек сегментной формы.

В этот период было сооружено много плавательных бассейнов и теннисных кортов. Плавательный бассейн в Гарлеме имеет конструк­цию из комбинированного металлического и железобетонного каркаса; крытый теннисный корт в Амстердаме обладает возможностью транс­формации: летом служит для выставок, собраний, концертов; зимой — для тенниса; к главному залу теннисного корта примыкают ресторан и административное помещение. Самым большим сооружением был плава­тельный бассейн, построенный в Великобритании в 1933 г.: перекрытое железобетонными арками пространство бассейна имело значительные размеры в плане — 104 х 72 м.

В 50-х годах в архитектуре спортивных сооружений получил рас­пространение принцип дифференциации внутренних пространств на обслуживаемые и обслуживающие. Например, в здании открытого бас­сейна в Трентоне (США) четыре ячейки крестообразного в плане со­оружения имеют самостоятельные шатровые покрытия и являются об­служивающими помещениями (кладовые, раздевальни, гардеробы). Центральная часть с бассейном открытая и является обслуживаемым помещением

В 30—40-х годах в зарубежной архитектуре появились новые типы зданий — спортивные клубы. В рассматриваемый период в Ве­ликобритании строились в основном яхт-клубы, общественная роль которых была аналогична роли рабочих клубов в советской архитекту­ре. Наиболее известен королевский Коринфский яхт-клуб в Бернхеме: стальной каркас трехэтажного сооружения покоится на бетонном осно­вании, опираясь на столбы, фундаменты которых находятся в воде. Первые два этажа заняты клубными помещениями, третий — спальня­ми с открытыми террасами. Стеклянный фасад и горизонтальные ли­нии террас создают конструкцию современных морских лайнеров.

Поиски архитектурных решений спортивных сооружений проявились в строительстве Центрального стадиона в Лужниках в 50-х годах. Распо­ложенный в излучине Москвы-реки, стадион является важным компози­ционным узлом в структуре города. В комплекс стадиона входят: глав­ная спортивная арена на 103 тыс. зрителей, детский стадион, теннисные корты, баскетбольные и волейбольные площадки, тренировочные фут­больные поля и площадки для различных спортивных занятий. В подтрибунном пространстве главной спортивной арены размещены двухзаль­ный кинотеатр, рестораны, спортивные залы, гостиница, музей спорта.

Строительство универмагов, развернувшееся во второй половине 20-х годов, стало еще одной формой централизации коммунально-бытового обслуживания. Крупные (до 12 этажей) и малые (2 — 3 этажа) универмаги различались своими архитектурно-художественными до­стоинствами. Например, небольшое трехэтажное здание универмага на Красной Пресне в Москве (1928), размещенное на участке между дома­ми, решено на основе железобетонной рамы со сплошным остеклением экрана-эркера на фасаде.

Новые типы коммунально-бытовых зданий — бани-бассейны — также пытались превратить в место социального контакта, придав им новые общественные функции. Здания бань-бассейнов проектировали по новой программе, в которой были заложены не только санитарно- гигиенические цели, но и культурно-спортивно-оздоровительные. Такая баня-купальня, построенная в Москве в 1928 г., представляет собой двух­этажное здание с женскими и мужскими банными отделениями, между которыми размещен бассейн для плавания с трибунами для зрителей, кабинами для раздевания и вышкой для прыжков.

**Архитектура санаторных зданий и сооружений**

Процесс формирования новых типов зданий или полной реконст­рукции уже существующих охватил и сферу санаторно-курортного обслуживания. Уже в начале 20-х годов XX в. для граждан, нуждаю­щихся в профилактическом лечении, были организованы летние «коло­нии для переутомленных» и «базы отдыха для легкобольных». Для расширения масштаба строительства было создано акционерное общество курортных и международных сообщений «Крымкурсо». В 20-х годах были построены первые санатории: санаторий-отель на 150 мест и са­наторий «Горный воздух» в Сочи; санаторий «За индустриализацию» в Кисловодске; туберкулезный санаторий «Долоссы» в горной части Южного берега Крыма; детский костнотуберкулезный санаторий в Ев­патории; санаторий «Барвиха» под Москвой.,

Размещение зданий санаториев зависело от расположения лечебно­го центра, рельефа или природного фактора курортной местности. Эти условия определили планировочную организацию санатория-отеля в Сочи (Мацеста), сложная блочная композиция которого включала два спаль­ных корпуса и один административно-лечебный. Комплексный подход был заложен в проекте лечебно-профилактического центра на климати­ческом курорте в Гагре (1931), включающего гостиницу, электролечеб­ницу, поликлинику, обслуживающие здания.

В начале 30-х годов были определены основные типы курортов: бальнеологический и климатический. При планировке бальнеологи­ческого курорта создавался бальнеологический центр; планировка кли­матического курорта определялась наличием климатических ресурсов. Вблизи курортов стали создавать курортные поселки, которые исполь­зовали в летнее время для неорганизованных отдыхающих.

**В 30-х годах начались работы по планировке курортных районов:** Южного берега Крыма, Сочи-Мацеста, Кавказских Минеральных Вод; разрабатывались проекты отдельных санаториев: в Поволжье — Сергиевские ­Минеральные Воды; в Казахстане — «Боровое»; в Бурятии — «Аршан»; в Восточной Сибири — «Дарасун»; в Западной Сибири — «Белокуриха»; в Татарии — «Ижевск»; в Азербайджане — «Апшеронский полуостров».

**В процессе планировки курортов предусматривалось функциональ­ное зонирование территории** (санаторная зона, зона медицинского и культурного обслуживания, зона расселения обслуживающего персонала, хозяйственная зона), определялась номенклатура курортно-оздоровительных учреждений (санатории-отели, дома отдыха, турбазы), разраба­тывалась система их застройки (групповая, павильонная, смешанная). Весь курорт решался в виде парка, в котором размещались санаторно- оздоровительные учреждения с пешеходными аллеями, спортивными площадками, аэросоляриями, местами тихого отдыхал

Принцип планировки «курорт в парке» лег в основу архитектурной композиции курортного района Южный берег Крыма (первый неосу­ществленный проект был разработан еще в 1916 г. при планировке ку­рорта «Ласпи» по типу города-сада с ансамблевой застройкой гостини­цами, санаториями, кофейнями, ресторанами и раскрытием их в сторону моря). В основу архитектурно-планировочной композиции курортного района Южный берег Крыма было положено зонирование территории по климатическим, функциональным и медицинским условиям. Впер­вые в планировке курортов определялось также ландшафтное зониро­вание — горизонтальное (прибрежная, средняя, глубинная зоны) и верти­кальное (превышение над уровнем моря) с выбором участка наилучшего обозрения. Территория Южного берега Крыма, протяженностью от Ласпи до Алушты около 90 км вдоль побережья, имела два композиционных центра: Ялта (лечебный, профилактический и научный центр) и Алуш­та (центр сельскохозяйственного производства). В планировочном ре­шении курортного района были использованы две системы застройки: групповая — при застройке средней ландшафтной зоны населенными пунктами, обслуживающими курортную зону; амфитеатром — при за­стройке композиционных центров (Ялта, Алушта, Ласпи) в прибрежной полосе.

В 30-х годах для курортных районов были разработаны типовые проек­ты гостиниц, в которых впервые определили разнообразные типы номе­ров по вместимости, наличию и виду санузла, количеству жилых комнат.

Сложность конфигураций планов, излишняя парадность и пышность композиции, свойственные архитектуре санаторных и гостиничных зда­ний 30-х годов, повлияли и на архитектуру санаторно-оздоровительных учреждений 50 —60-х годов.

В этот период получила распространение централизованная планиро­вочная схема, по которой весь санаторный комплекс объединялся в одно крупное сооружение для создания парадной композиции. Такую ком­позицию имеют санаторий «Ореанда», построенный в Крыму в 1948 г. и решенный по типу замкнутого в плане объема с прямоугольным внут­ренним двориком.

Новое планировочное решение было предложено при строительстве санатория «Наука» в Сочи (1935—1954). Санаторий состоит из трех сблокированных корпусов. Спальные корпуса решены в виде отдель­ных бескоридорных секций с самостоятельными входами, объединен­ных сквозными верандами. Такая планировка обеспечивает максималь­ную инсоляцию спальных комнат и ориентацию их на парковую зону. Террасообразно размещенный на крутом склоне санаторный комплекс с открытой парковой лестницей, подпорными стенками, ажурными пере­ходами органично вписался в окружающую среду, надолго определив дворцовый образ лечебно-оздоровительных сооружений южного типа.

«Дворцовая» архитектура лечебно-оздоровительных учреждений определяла уникальность санаторных зданий до середины 50-х годов.

К началу 60-х годов наметился переход от возведения единичных зданий к массовому строительству по типовым проектам. Одновременно рас­ширилась география санаторно-курортных районов. Началось строи­тельство учреждений массового отдыха в крупных промышленных райо­нах: на Урале, в Донбассе, Кузбассе, Сибири и на Дальнем Востоке.

Возросло значение курортов Черноморского побережья Крыма (Ев­патория, Ялта, Феодосия), Кавказа (Геленджик, Сочи, Адлер, Пицунда, Гагра) и Кавказских Минеральных Вод (Кисловодск, Ессентуки, Пяти­горск, Железноводск). Расширились рекреационные возможности по­бережья Прибалтики. Использовались климатические условия озе­ра Иссык-Куль в Киргизии.

Начиная с середины 30-х годов планомерно осваиваются санаторно- рекреационные районы Черноморского побережья Болгарии и Румынии, которые застраиваются крупными комплексами: «Дружба», «Золотые пески», «Солнечный берег» в Болгарии; «Мамай», «Эфория», «Мангалия» в Румынии.

Особенностью этих комплексов являются гибкие формы организации обслуживания, большая вместимость, централизация помещений куль­турно-массового назначения.

Комплекс отдыха «Эфория-1» (Румыния) построен на Румынском побережье Черного моря. Организованный по принципу функционального зонирования комплекс включает девять номерных гостиниц (сезонной эксплуатации) вместимостью от 100 до 260 мест, гостиницу-апартамент, жилой дом для обслуживающего персонала с прачечной, корпус предприятий общественного питания. Периметраль­ное расположение зданий образует внутренний парк со спортивными площадками и открытым кинотеатром.

**Горно-рекреационная архитектура**

Организация новых форм отдыха — семейного, молодежного, дет­ского — предопределила создание учреждений отдыха нового типа: массовых летних курортных городков, гостиниц, пансионатов, мотелей, кемпингов. Активизация массового отдыха способствовала появлению зимних его форм и нашла свое воплощение в освоении горно-рекреаци­онных районов.

Развитию зимнего отдыха в горах, который к концу 20-х годов XX в. был уже достаточно распространен в Швейцарии, Австрии, Италии, Франции, способствовали зимние Олимпийские игры в Шамони в 1924 г. и в Сен-Морице в 1928 г. В 1931 г. были проведены первые горнолыж­ные соревнования в Швейцарии. С этого момента начался новый этап в развитии горных курортов, эксплуатация которых предполагалась и в зимний период. Горно-рекреационные сооружения — гостиницы, аль­пинистские лагеря, турбазы, канатные дороги, предназначенные в основ­ном для лыжников, размещали на более высоких отметках территории (1300 — 2000 м над уровнем моря) по сравнению с расположением гор­нобальнеологических и горноклиматических курортов.

Одним из первых высокогорных районов (2000 м над уровнем моря), застройку территории которого предполагали использовать для горно­лыжного спорта, стал район Сестриере (Италия). В 1931 г. здесь было разработано 40 лыжных маршрутов, сооружено 25 подъемников, возве­дено гостиничное здание круглогодичного функционирования.

В 1934 г. после проведения горнолыжного праздника в Свердловске с участием Норвегии, Швейцарии, Швеции горнолыжный спорт в СССР начинает приобретать массовый характер. К этому времени уже функ­ционировало 6 альпинистских лагерей на 750 мест (высокогорный ла­герь «Алибек» в долине Домбай, туристские станции в ущельях Адыр- Су и Адыл-Су, турбаза в Баксанском ущелье, высокогорный лагерь у Цейского ледника). В 1938 г. количество горно-туристских учрежде­ний возросло до 50 с общей вместимостью 15 тыс. мест. В 1939 г. на Эльбрусе была построена первая высокогорная (4000 м) гостиница «Приют одиннадцати» по проекту архитектора-альпиниста. Гостиница, оборудованная отоплением, канализацией, водопроводом, электричеством, была рассчитана на круглогодичную эксплуатацию и могла принять од­новременно до 200 туристов. Здание гостиницы имело обтекаемую форму на основе металлических конструкций, позволяющих выдерживать рез­кие температурные перепады и воспринимать ветровые нагрузки

В 50-х годах начинается следующий этап комплексного освоения горно-рекреационных районов. Так, в 1959 г. был разработан проект организации территории Баксанской долины в Приэльбрусье (рис. 1.33), в котором планировалось возведение нескольких гостиниц, горнолыжных сооружений, стадиона, поселка для обслуживающего персонала на базе существующего горного селения Терскол. В проекте был предло­жен «полянный» метод застройки, по которому туристские объекты общей вместимостью 12 тыс. мест должны разместить на значительном рассто­янии друг от друга, соединяя их автодорогой.

В 1962 г. была построена канатная дорога «Чегет-1», обеспечиваю­щая массовое развитие горной рекреации в Приэльбрусье с увеличением вместимости района до 12 тыс. мест. С этой целью в районе было вы­делено пять горно-рекреационных комплексов с различной функцио­нальной специализацией: зона альпинизма — ущелья Адыр-Су, Адыл-Су, территория комплексов «Узункол», «Учкулан»; зоны пешего летне­го туризма и зимнего горнолыжного спорта — комплексы «Терскол» и «Тегенекли», «Малка», «Местиа»; бальнеологическая зона — Долина нарзанов в Баксанском ущелье в 5 км от поселка Терскол; зона отды­ха — поселок Эльбрус.

В 1968 г. была завершена детальная планировка горно-рекреацион- ного комплекса «Терскол» с выделением основных функциональных зон: жилой, хозяйственной, лечебно-оздоровительной, альпинистской, туристской, горнолыжной^

Кроме Приэльбрусья были разработаны планировки других районов Кавказа: в 1962 г. — Красная Поляна — озеро Кардывач, в 1963 г. — Домбай-Архызский. Проектирование района Красная Поляна — озеро Кардывач рассматривалось в связи с курортными образованиями Гагры и расположением вблизи центральных путей сообщения (аэропорт и железнодорожная станция Адлер). «Полянный» метод проекта район­ной планировки предусматривает организацию основного базового гор­но-рекреационного комплекса на 6000 мест в поселке Красная Поляна, круглогодичного комплекса на 500 мест в районе кордона Пслух и в районе озера Кардывач на 3000 мест.

Горно-рекреационный комплекс «Домбай» (рис. 1.34) создан в 1972 г. на территории Домбайской поляны. Гостиница, турбаза, альпи­нистский лагерь размещены на обособленных небольших по размерам площадках. Объемно-планировочное решение восьмиэтажного здания гостиницы «Домбай» позволяет максимально сохранить окружающий ландшафт и использовать рельеф местности. Шестиэтажная жилая часть здания с двух- и трехместными номерами возвышается над двухэтаж­ным общественным блоком, включающим зрительный зал и ресторан, каминный холл с баром, почтово-телефонный узел, кабинет туризма, помещение для хранения альпинистского снаряжения. На кровле восьмо­го этажа расположена видовая площадка, защищенная от снега навесом с большом выносом и ориентированная на панораму Главного Кавказ­ского хребта. В 1975 г. была пущена в строй вторая очередь комплекса «Домбай», дополненная строительством гостиницы «Крокус», приютов «Северный» и «Финская хижина», реконструкцией туристской базы «Солнечная долина», запуском подъемника и четырех канатно-кресельных дорог.

В 70-х годах значительное развитие получили различные формы отдыха в горах Закарпатья. Карпатские горы, в отличие от Кавказских, имеющие сравнительно небольшие высоты (самая высокая вершина — Говерла, 2061 м), более доступны для массового туризма. В Закарпатье была создана широкая сеть транспортных и пешеходных маршрутов с различными типами туристских учреждений: туристские базы, турист­ские автобазы, туристские приюты, туристские клубы и пункты проката туристского снаряжения. Архитектурно-планировочная организация туристских баз определялась «кустовым» размещением на маршруте. Так, построенная в 60-х годах в центре поселка Ясиня туристская база, состоящая из трехэтажного деревянного корпуса на 170 мест и палаточ­ного городка на 84 места, имела филиал «Говерла», находящийся в 18 км от поселка у подножия горы Говерла в двух одноэтажных домиках на 80 мест. В 1975 г. туристская база была дополнена четырехэтажным зданием круглогодичного действия на 120 мест и получила название «Эдельвейс». Турбаза оснащена подъемником для горнолыжников. В 14 км от поселка был построен еще один приют «Драгобрат», рассчитан­ный на 100 мест круглогодичного действия.

Использование филиалов при размещении главных туристских учреж­дений на горном маршруте определялось расположением турбазы в до­лине, а туристского приюта (филиала) — на склоне горы. Так, Межгор- ская туристская база, возведенная в 1965 г. в поселке Межгорье в виде деревянных коттеджей на 300 мест, имеет филиал «Синевирское озеро», расположенный в горах на высоте 980 м над уровнем моря на берегу Синевирского озера, в 30 км от поселка Межгорье. Деревянные домики и палатки могут вместить 120 чел. и рассчитаны на круглогодичное обслуживание. В зимнее время филиал работает как приют для лыж­ников.

Увеличение темпов роста массового активного туризма в 70-х годах выдвинуло задачу комплексного благоустройства туристских маршру­тов на основе проектов, разработка которых должна предшествовать проектированию туристских зданий и сооружений. В проекте определя­лись места размещения конечных и транзитных учреждений туризма, торговых центров, видовых площадок, стоянок и очагов для приготовле­ния пищи, малых архитектурных форм, экскурсионных объектов, дорог и транспортных узлов. В состав проекта предлагалось включить сцена­рий проведения туристского путешествия и использовать типовые про­екты туристских учреждений. Были разработаны четыре типовых про­екта туристских баз и два проекта туристских приютов для строитель­ства в Карпатах.

В 80-х годах дальнейшее развитие горной рекреации определялось «Перспективными схемами развития туризма», разработанными с учетом регионов с уникальными и экстремальными природными условиями (Европейский Север, Дальний Восток, Западная Сибирь). Природные факторы влияют на сезонность эксплуатации горно-рекреационных комплексов и их размещение на различных отметках превышения над уровнем моря: горно-рекреационные комплексы круглогодичной эксп­луатации располагают на отметке 1600 м вблизи города или жилого поселка; комплексы сезонной эксплуатации с круглогодичным ядром — на отметке 1800 м; комплексы преимущественно зимнего функциони­рования — на отметке 2000 м; отдельные туристско-спортивные учреж­дения (горнолыжные приюты, хижины) — на отметке 3000—3500 м, трассы и канатные дороги — с нижней отметкой 1500 — 2000 м.

Первые горно-рекреационные комплексы появились в Европе в 50-х годах в приальпийских странах — Франции, Швейцарии, Италии, Австрии. Первая попытка комплексного решения горной рекреации была предприня­та в 1948 г. во Франции, когда в Савойе начала функционировать горная база в долине Куршевель, застройка которой формировалась сначала сти­хийно на основе сельских поселений и состояла преимущественно из не­больших гостиниц. К началу 60-х годов такая организация горного отдыха уже не удовлетворяла растущие запросы отдыхающих. Во Франции ко­личество занимающихся лыжным спортом увеличивалось на 10 % в год.

До конца 50-х годов архитектура зданий гостиничного типа в горных комплексах решалась по типу ***шале —*** швейцарского сельского домика с двускатной крышей, образ которого стал ассоциироваться с горной архитектурой. Такая архитектура зданий для расселения туристов была предложена в высокогорном туристском центре в Верх­ней Савойе в 65 км от Женевы. Туристский центр размещен на трех плато. На нижнем плато расположена центральная часть комплекса, включающая три номерные гостиницы, гостиницу-апартамент, магазины, почту, административное здание, зрительный зал. Здесь же находятся каток, хоккейная и теннисная площадки, автостоянка. На самом верх­нем плато запроектированы домики-шале на 30 мест каждый.

В конце 60-х годов в архитектуре горных комплексов стали использо­вать различные системы пешеходных связей: открытая, закрытая, комби­нированная. Закрытая система пешеходных связей (переходы, коридо­ры, пешеходные крытые улицы) наиболее полно отвечает требованиям комфорта в любых климатических условиях. Такую пешеходную связь использовали в горном комплексе «Ля Дай» (Савойя, Франция), в котором гостиничные здания связаны пешеходными галереями с обще­ственным центром (ресторан, бар-клуб, дансинг, бассейн, сауна, лыжная школа, супермаркет, магазин сувениров, трактир, торговая галерея). Здесь же предусмотрены крытые переходы по всей территории комплекса.

Компактные по планировке комплексы имеют различную по характеру застройку: прерывистую или сплошную. Ком­пактная прерывистая структура горного комплекса отличается наличием 4 полюса притяжения» (центр обслуживания), вокруг которого близко расположены жилые корпуса, и отсутствием внутреннего транспорта. Проект такого горно-рекреационного комплекса был раз­работан в конце 60-х годов. Он размещен в ущелье Пейресурд в Верх­них Пиренеях (Франция) на высоте 1650 м. Весь комплекс сгруппиро­ван вокруг закрытого катка и торговых зон. В любой пункт комплекса можно попасть по сети крытых пешеходных переходов, по обеим сторо­нам которых расположены торговые объекты. Ступенчатый ритм балко­нов жилых корпусов, как бы прикрепленных к вершине горы, сориенти­рован в сторону лыжных трасс. Компактная сплошная застройка вклю­чает жилые помещения, предприятия обслуживания, пешеходные и тран­спортные зоны. Так, в горно-рекреационном комплексе «Ле з'Арк-1800» внутреннее пространство гостиницы «Каскад» разделено на вертикаль­ные зоны: *жалую*, общественную, пешеходную и транспортную.

Своеобразный рекреационный комплекс «Эм Ла Плань» был возве­ден в начале 70-х годов на вершине горы на высоте 2000 м над уровнем моря. Комплекс решен компактно в едином линейном непрерывном объеме и предназначен в основном для горнолыжного спорта. Своими архитектурными формами он напоминает огромный корабль, масштаб которого сравним с масштабом инженерного сооружения (акведук, ав­тострада) и соответствует величию горного пейзажа.

В конце 60-х годов спортивно-оздоровительный отдых в горах по­лучил развитие в Шотландии, Испании, Норвегии, Финляндии, Герма­нии, Швеции. Туристские учреждения, возведенные в этих странах, были рассчитаны на обеспечение кратковременного отдыха вдали от города. Поэтому большинство туристских учреждений — одно-, двухэтажные деревянные здания небольшой вместимости. Так, гостиница «Данбю» (Норвегия) вместимостью 56 чел. предназначена для проведения зимних и летних каникул и расположена на высоте 1000 м над уровнем моря на одном из холмов Ордаля. Три блочных корпуса размещены в виде подковы, открытой на юг. Вход в гостиницу организован со стороны двора и имеет башню с маяком для лыжников.

Одноэтажная гостиница «Боргафьел» на севере Швеции имеет необычное объемно-пространственное решение, по силуэту напо­миная снежные холмы. Скатную крышу одного из четырех объемов здания гостиницы используют для катания на лыжах.

В конце 60-х годов началось проектирование горно-рекреационных комплексов в Перу, Чили, Аргентине. Возведение туристских учреж­дений определялось необходимостью открытия заповедных мест для массового туризма. Так, близ Куско (Перу) намечено организовать ту­ристский маршрут, проходящий по живописной горной местности и за­канчивающийся в древнем городе инков Мачу-Пикчу, связанном пеше­ходной дорогой-серпантином с железнодорожной станцией. В турист­ский комплекс, кроме руин древнего города, войдут музеи, открытый зеленый театр, мастерские для художников, помещения для симпозиумов, научные лаборатории, спортивные площадки, несколько гостиниц. Одна из гостиниц размещена на вершине горы в Мачу-Пикчу, обеспечивая максимальное обозрение местности: с одной стороны — панорамы другого города, с другой — живописных гор. Здание пред­ставляет собой стеклянную кровлю над горой, скальная вершина кото­рой просматривается изнутри помещений гостиницы.

Формирование горно-рекреационных комплексов в США началось еще в 50-х годах на наиболее пригодных для благоустройства террито­риях скалистых гор, протянувшихся от Мексики до Центральной Кана­ды. Так, в горах Колорадо, одном из самых популярных мест для занятий зимним спортом, был построен комплекс «Аспен Медоуз», состоящий из трех гостиниц, здания спортивного центра, открытого плавательного бассейна, отапливаемого зимой, и теннисного корта, также с подогре­вом. В гостиницах предусмотрены комфортабельные номера с полным санитарно-техническим оборудованием и развитым комплексом поме­щений общественного питания. Количество горных туристских учреж­дений в США постоянно возрастает. Отдых на лыжах зимой стал в США обычным явлением, особенно в связи с развитием моторизованно­го лыжного спорта.

**Мобильная архитектура отдыха и туризма**

Использование в туризме индивидуальных транспортных средств — автомобилей, мотоциклов, катеров, лодок — повлияло на развитие кемпингово-мотельного туризма. Первые мотели были построены в США еще в конце 20-х годов XX в., а кемпинги появились в 30-х годах как сезонные учреждения (англ. *camping* от *camp* — располагаться лагерем). В конце 50-х годов в США функционировало уже 60 тыс. автотурист­ских учреждений. В этот период акционерное общество отелей СЙСА) разработало два типа мотелей («Чартерхауз») — многоэтажный и мало­этажный (1—2 этажа), с возможностью размещения в различных усло­виях местности. Предложено также комбинированное использование высоких и низких зданий, обеспечивающее разнообразие типов номеров и взаимосвязи «стоянка автомобиля — номер». Помещения обществен­ного питания располагают у въезда на территорию мотеля и сблокиро­ваны с многоэтажным зданием мотеля, создавая удобства как для про­живающих, так и для посетителей. Одноэтажные жилые павильоны размещаются по периметру территории, образуя внутренний дворик- сад с детской площадкой и плавательным бассейном.

В конце 50-х годов в США, Великобритании, Франции для проведения летнего отдыха стали использовать передвижные кабины-вагоны — трейлеры (анг. *trailer* от *trail —* тащить). В США были разработаны различные виды трейлеров — от простого вагона-прицепа до хорошо обо­рудованной квартиры. Например, трейлер «Пентхауз» имеет пять спальных мест, оборудован санузлом, плитой, встроенной мебелью.

Трейлер как передвижное жилье на колесах предопределил появле­ние мобильных сооружений для летнего отдыха. Мобильные сооружения впервые появились у народов, ведущих кочевой образ жизни. Для первых мобильных построек использовали шкуры животных или войлок, натянутые на деревянный каркас. Палатки, шатры, кибитки, повоз­ки применяли для устройства военных лагерей во время завоевательных походов еще в древние века. В средние века для проведения ярмарок, базаров, цирковых и театральных представлений возводили сборно-разборные сооружения. Потребность в таких сооружениях появилась в 50-х годах прошлого столетия в связи с развитием массового летнего отдыха. Так, на выставке в Цюрихе в 1958 г. был представлен маленький сборно-разборный домик для туристов. Впервые такой дом был построен в 1956 г. в Валлисе (Швейцария). Он представляет со­бой призму треугольного сечения («Тригон»), одна из плоскостей которой может подниматься и опускаться, превращаясь в террасу перед остек­ленной стеной дома. Дом состоит из жилой комнаты на 6 спальных мест, кухни-ниши, санузла, кладовой.

Мобильные сооружения в виде передвижного сборно-разборного летнего дома, транспортируемого при помощи специальных средств на подготовленную площадку, получили развитие в 70-х годах в США, Ве­ликобритании, Швеции, Германии, Франции в различных конструктив­ных решениях и видах материалов. Например, во Франции разработали ячейки, состоящие из двух основных элементов: один образует пол, пото­лок и опорный пилон, другой — фасадный, с оконными или дверным проемами либо сплошной без проемов. Передвижной дом для загородно­го отдыха в Великобритании с откидными и вращающимися плоскостями оборудован всеми инженерно-техническими устройствами. В США раз­работали проект летнего многоэтажного дома «Интерпол» с конструк­тивной основой (железобетонный столб с консолями), на которую кре­пят легкие жилые ячейки с полным оборудованием и меблировкой.

Интересное решение мобильного отеля предложено в Германии. Пятиосевой автокран с подъемником служит ядром здания и выдерживает до десяти ярусов перекрытий; на каждом этаже здания запроектированы четыре спальных помещения, что позволяет размес­тить в мобильном отеле 80 чел. На крыше здания предусмотрена терраса с баром.

При создании сезонных мобильных сооружений отдыха использова­ли не только традиционные материалы (кирпич, железобетон), но и но­вые строительные материалы на основе пластмасс, отходов бумажного производства. Воз­можности применения пласт­масс были продемонстрирова­ны в 70-х годах на постоянно действующей выставке домов из пластмасс в Люденшейде (Германия). Среди экспонатов были представлены сооруже­ния для летнего загородного отдыха и туризма: швейцар­ский загородный домик «Рон­до», система домоэ «ДО» («сделай сам»), финский дом для отдыха «Футуро», жилой дом-купол для туристов. Ос­новная конструктивная идея таких сооружений — индуст­риальный подход, использова­ние стандартных элементов и легких ограждающих конст­рукций, изготавливаемых за­водским способом. В Калифорнии (США) предложили сборно-разборные жилые ячейки для зда­ний типа «Плейдом», основная конструкция которого — свод-оболочка из складчатых полиуретановых элементов и стекловолокнистой панели.

В 70-х годах в зарубежной практике строительства сезонных соору­жений стали применять клееную фанеру и материалы на бумажной ос­нове. Так, в летних зданиях мотеля «Генриетта» (США) ограждающие конструкции выполнены из фанеры. Конструкции каркасных летних домов для отдыха во Франции выполнены из упаковочного картона, соединенного нейлоновыми нитями; наружные стены представляют со­бой картонные треугольные панели с заполнителем; покрытия — про­питанный картон и пластмассовая пленка; окна и двери — из прозрач­ной пластмассы с застежкой на молнии.

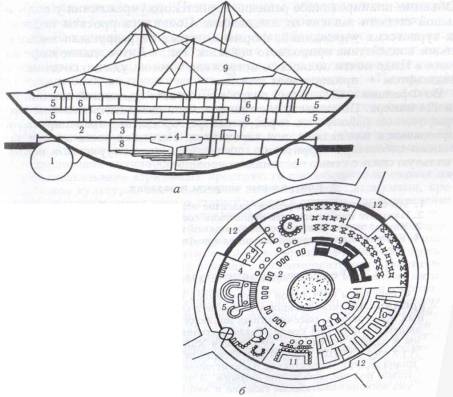
В 80-х годах в конструкциях передвижных сезонных учреждений от­дыха появились новые объемно-пространственные решения — мобиль­ные объемные блоки. Это сооружения контейнерного типа полного заводского изготовления, оборудованные встроенной мебелью и санитарно-техническими устройствами. Строительство рекреационных зданий из мобильных объемных блоков получило развитие в Канаде, США, Франции, Японии, Германии, Великобритании. Проводились эксперимен­ты по изготовлению мобильных блоков в России, Польше, Румынии.

**Архитектура водного туризма**

Передвижные мобильные туристские учреждения, размещаемые на акваториях, повлияли на развитие водного туризма. В начале 60-х годов бум водного туризма был вызван появлением более дешевых прогулоч­ных судов из пластических материалов. Это потребовало создания до­полнительных портов и лодочных паркингов. В США с этой целью от моря были проведены каналы-лагуны — *марины.* Во Франции найдены новые принципы сочетания сезонного жилья, водного спорта и прогулочных судов. Так, в портах Сент-Максиме (вблизи курорта Тропе на Средиземном море) и Довиль-сюр-Мер (Ла-Манш, Франци центре водного массива расположены дома для проживания, окружен портовыми причальными устройствами. Комплекс водного туризма включает дома для проживания и лодки для организации активного отдыха.

В середине 60-х годов были разработаны первые фантастические проекты создания необычной среды отдыха на воде, под водой, под земле в космосе. Это проекты плавучих городов-воронок системы Интертлис, которые предлагается внедрить в заболоченных районах; проект города-поплавка для расселения в океане. Например, порт Камарг (Франция) был построен на заболоченной равнине.

В начале 70-х годов в зарубежной практике появились плавучие туристские сооружения (рис. 7), размещаемые на баржах, дебаркадерах.

*Рис.7. Плавучие туристские учреждения:*

*а — разрез комплекса туристской базы: 1 — поплавковые камеры; 2 — обеденный зал; 3 — солярий; 4 — крытый плавательный бассейн; 5 — номера; 6 — прогулочные галереи; 7 — площадка для спортив­ных занятий; 8 — клуб; 9 — пово­ротный парус; б — план 1-го эта­жа: 1 — вестибюль с административно-приемными помещениями; 2 — солярий; 3 — открытый плава­тельный бассейн; 4 — холл; 5 — гар­дероб; 6 — парикмахерские; 7 — торговый киоск; 8 — коктейль-холл; 9 — обеденный зал; 10 — кухон­ные помещения; 11 — конференц- зал; 12 — прогулочная площадка*

Основой конструкции дебаркадера служит тонкий железобе­тонный корпус прямоугольного или трапециевидного сечения. Впер­вые такие железобетонные конструкции грузовых судов появились еще в 40-х годах. Например, плавучая туристская база в Швейцарии с пя­тиэтажной надстройкой имеет трапециевидный железобетонный кор­пус; плавучее туристское учреждение в Греции в заливе Сароникс за­проектировано в виде полусферы, выполненной из тонкого железобе­тона.

В 70-х годах значительно расширилась типология туристских уч­реждений, связанных с водным спортом и отдыхом: ботель, флотель, акватель. Так, в 1973 г. в Канаде на берегу озера Гурон был построен комплекс: акватель с подводным парком «Фатом файв», в котором проло­жены маршруты для аквалангистов и акванавтов по наиболее интересным местам на дне озера (заросли экзотических подводных растений, фрагмент затонувшего корабля).

Объемно-планировочное решение туристского учреждения у воды в большой степени зависит от ландшафта. Появились проекты подзем­ных туристских учреждений, формы которых не разрушали эмоцио­нальное воздействие природного пейзажа. Так, в Литве здание кафе на пляже в Ниде почти полностью погружено в песок, удачно сочетаясь с ландшафтом — приморскими дюнами.

Во Франции в 1971 г. был разработан проект подземной гостиницы на 424 номера. По замыслу гостиницу можно разместить в любом гео­графическом районе — в горах, в центре города, под транспортными артериями и площадями, под аэропортом. Наземная часть здания за­нимает небольшую территорию, обеспечивая прием туристов и верти­кальную связь с семью подземными уровнями.

**Рекреационная архитектура больших пространств**

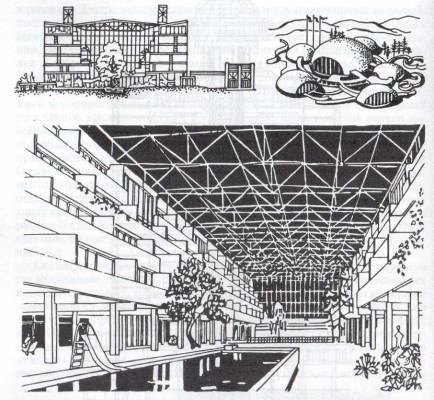
С середины 60-х годов определилась концепция ***рекреационного урбанизма,*** получившая отражение в создании крупных архитектур­ных пространств, рассчитанных на обслуживание большого количества людей в городской среде. Такие архитектурные формы были заложе­ны в здание гостиницы «Ридженси-Хайатт», построенной в 1967 г. в Атланте (США). Основная часть пространства квадратного плана здания, перекрытая плексигласовым покрытием на уровне 22-го этажа, получила название *атриум.* В пространство озелененного атри­ума выходят поэтажные галереи и лифтовой холл с остекленными ­кабинами лифтов. Помещения общественного назначения расположены в двухэтажном просторном подиуме гостиницы. Внутреннее простран­ство атриума организовано как микрогород, перекрытый и благоустро­енный, с площадями и улицами, оборудованными зонами отдыха. Ис­пользование растений, деревьев и воды (ручей, фонтан, водопад, озеро) стало средством формирования пространства атриума, создания взаи­мосвязи искусственной среды с человеческой психикой. Одновременно атриумному пространству придается развлекательность, аттрактивность, благодаря воссозданию в интерьере традиционных форм балагана и уличного театра. Построенный атриум гостиницы «Браун-Плейс» в Денвере (США) используют для устройства разного рода увеселе­ний и зрелищ: игры в шары, выступления индейских шаманов, продажи скота и состязаний. В атриумах гостиниц, кроме ресторанов и торговых учреждений, устраивают спортивные площадки и бассейны. Гостинич­ная корпорация «Холидей Инн» назвала свои отели с бассейнами в атриумах *холидомами.* Почти все виды общественных мероприятий, требующие больших площадей, можно проводить в атриумах.

В 70-х годах среди атриумных зданий появились новые типы — многофункциональные центры досуга и общественного использования, в которых проводят развлекательные и торжественные церемонии — от свадебных до политических. Такие комплексы — «Пичтри-центр» и «Омни-центр» — в конце 70-х годов были построены в Атланте: спортивные сооружения, предприятия обслуживания, гостиницы и офи­сы объединены атриумом размером более гектара. Громадные поли­функциональные атриумы радикально изменили образ города: в 80-х годах Атланта занимала третье место среди американских городов как центр деловой активности.

Использование атриумных пространств способствовало охране па­мятников культуры: восстановление старых зданий с атриумами, пре­вращение внутренних дворов старых зданий в атриумы, присоединение новых зданий к старым с помощью атриума.

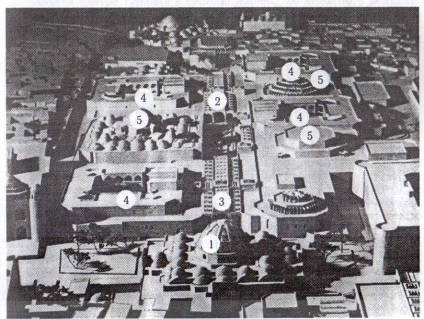
В 80-х годах архитектура больших пространств получает распростра­нение в Европе: реставрация и приспособление старых атриумов и пас­сажей к современным условиям; строительство жилых домов с атриума­ми; использование атриумов в районах с неблагоприятными климатиче­скими условиями. Так, в Гамбурге (Германия) целый квартал из пяти пассажей, расположенных в историческом центре города, связан в местах пересечения пассажей небольшими площадями-атриумами. В новом городе Альмерстад (Нидерланды) возведен общественно-торговый центр — атриумное здание. В Штутгарте (Германия) построено конторское здание, в котором галерейные корпуса образуют каре вокруг громадного атриума, пересеченного пешеходными мостиками, соеди­няющими галереи. Многоярусное благоустроенное и озелененное про­странство создано в вестибюле гостиницы «Редзине» в Риге (Латвия). Атриумная гостиница является композиционным центром сложного комплекса Центра международной торговли и научно-технических связей, построенного в Москве в 1980 г. Полифункциональный комплекс Центра, состоящий из номерной и квартирной гостиниц, офисного зда­ния, центра торговли и обслуживания, решен как единое целое, объеди­нен внутренними транспортными и пешеходными коммуникациями. Улица-пассаж, вдоль которой размещены торговые магазины и киоски, соединяет вестибюль-атриум номерной гостиницы с ресторанными за­лами и гостиницей квартирного типа. Громадный атриум с наклонной стеклянной крышей окружен ярусами галерей, на которые можно по­пасть с помощью раскрытых в вестибюль остекленных кабин-лифтов, поднимающихся как бы прямо из зеркала бассейна. Технизированное пространство атриума смягчено введением театрально-бутафорских (искусственная природа) и игровых (скульптура «часы-петух») эле­ментов, обеспечивая эмоциональное восприятие архитектурной среды отдыха. Атриумное пространство составляет композиционную основу здания пансионата с Дружба», построенного в 80-х годах в Крыму в районе Ялты. Вокруг атриума высотой 18 м сгруппированы обществен­ные помещения: киноконцертный зал с фойе, ресторан, кафе, спортив­ный зал.

Специфической особенностью проектирования больших пространств стало создание определенного микроклимата в зданиях, размещенных в неблагоприятных климатических условиях. Такие рекреационные комплексы (дома-комплексы) были разработаны еще в 60-х годах для заполярных городов Мурманской области. Дома-комплексы (рис. 8) для Крайнего Севера имели многоступенчатую систему дифферен­цированного отдыха, включающую: изолированную квартиру для «тихого» отдыха в кругу семьи; балкон-террасу для каждой кварти­ры, обращенную в большое пространство зимнего сада с искусственным микроклиматом. В зимнем саду в озелененных участках размещены зоны круглогодичного активного отдыха (игровые и спортивные площадки); террасы общественного пользования (кинозал, библиотека, бассейн, солярий, оранжерея). В домах-комплексах разрабатывали системы регулированного микроклимата, устройства дневного осве­щения и установок, вызывающих таяние снега на светопроникающей кровле.

*Рис. 8. Дом-комплекс «Снежногорск» (Норильск)*

Архитектура больших пространств получила применение при про­ектировании туристских комплексов в исторических городах, опреде­ляя взаимодействие старого и нового и включаясь в пространственную ткань древнего города. Так, главный туристский комплекс в Бухаре (рис. 9), спроектированный в 1963 г. в Узбекистане, начинается с реконструированного здания древнего караван-сарая, выполняющего функ­ции вестибюля гостиничного комплекса. Из вестибюля можно попасть в своеобразный гостиничный холл туристского комплекса, линейно рас­тянутый в соответствии с древним архетипом крытой улицы. Вдоль этой улицы-пассажа размещены гостиничные блоки на 420 мест, заглуб­ленные на один этаж сомасштабно расположенным здесь же древним сооружениям. Все номера гостиниц ориентированы на открытые внут­ренние дворы. Между гостиницами размещены центрические блоки общественного назначения — универсальный зал, бассейн, ресторан и варьете. С обеих сторон крытой улицы тянется цепочка малых одно­этажных сооружений — торговые ряды (сувенирные лотки, кафе и бары, парикмахерская, почта-телефон-телеграф, печать, цветы), без которых немыслима восточная улица.

Главный туристский комплекс в Бухаре растворяется в историчес­кой среде, сохраняя и обновляя древний Шахристан. Главный турист­ский центр в Самарканде, в отличие от Бухары, решен компактным объемом, противолежащим памятнику средневековья — площади Регистан. Распластанный, заглубленный в землю замкнутый гостиничный комплекс решен как древний караван-сарай. В первое сферическое пространство главного вестибюля можно пройти через арочный портал.



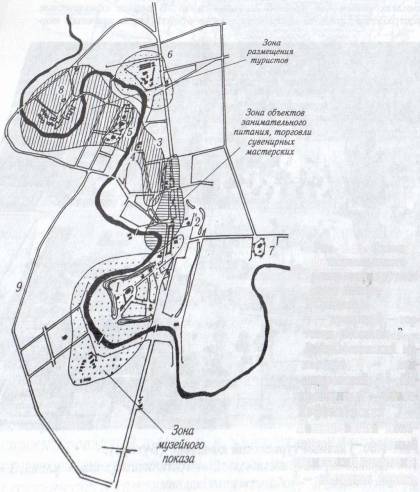
*Рис. 9. Главный туристский комплекс (Бухара):*

*1 — караван-сарай — вестибюль; 2 — гостиничный холл — улица; 3 — крытая улица; 4 — гостиницы; 5 — общественные здания*

Номера выходят в озелененные внутренние дворы, в которых раз­мещены восьмигранные сферические здания общественного назначения. Все помещения связаны между собой системой крытых галерей и пере­ходов.

Главный туристский центр старого города Хивы расположен в историко-архитектурном заповеднике Ичан-Кала с многочисленными памятниками и традиционным народным жильем. Имеются гостиница на 600 мест и специализированные предприятия питания с ассортимен­том блюд национальной кухни, культурно-зрелищные предприятия, музейные и выставочные экспозиции.

Впервые решение сложной задачи введения в структуру древнего города туристского комплекса было предложено еще в конце 60-х годов при проектировании и строительстве туристского центра в Суздале (рис. 10). Прежде всего была разработана схема функционального зонирования территории исторического центра Суздаля: зона размеще­ния туристов, зона объектов музейного показа, зона объектов питания, торговли, сувенирных мастерских и лавок. Зона размещения туристов определялась созданием главного туристского комплекса, прямым ис­пользованием и приспособлением архитектурных памятников. Глав­ный туристский комплекс включает гостиничный корпус на 430 мест, мотели, административное здание, кафе, открытую автостоянку, спортив­ную и детскую площадки, летнюю эстраду, лодочную станцию. Протя­женная объемно-пространственная композиция основного гостиничного корпуса разделена системой открытых двориков на жилые номера, ре­сторан, киноконцертный зал, кафе, бар, плавательный бассейн с банями. В зону проживания включены памятники Покровского и Александров­ского монастырей. В музейно гостиничном Покровском монастыре ре­шена задача сохранения и показа исторического наследия: здание собо­ра и колокольни, приказная изба, трапезная, надворная церковь — объекты показа; инвалидный дом, рубленые избы-кельи — гостиничные здания.

*Рис. 10. Схема функционального зонирования турист­ского центра (Суздаль):*

*1 - кремль; 2 - тор­говая площадь;*

*3 - Ризположенский мо­настырь;*

*4 - Алек­сандровский; 5 - По­кровский; 6 - Спасо-Евфимиевский;*

*7 - Васильевский мона­стырь;*

*8 - главный туристский комплекс;*

*9 - въездная дорога*

Соединение функций показа и туристского обслуживания было при­менено в туристском центре Ростова Великого — втором по значимости центре туризма в системе маршрутов «Золотого кольца». Туристский центр расположен в двух зонах: историческое ядро города в пределах валов и административно-общественный центр. Историческое ядро города включает: Соборную площадь; Кремль; Рождественский монастырь, приспособленный под гостиницу. Здесь же имеются старые здания, предназначенные после реставрации для гостиниц, сувенирных лавок, ресторанов, трактиров и зрелищных предприятий.

Прием приспособления старой застройки для формирования турист­ского комплекса применяли в 80-х годах во многих исторических горо­дах. Гостиничный комплекс в Пскове расположен вдоль границы городского парка в приспособленной старой застройке домов Статиной и Подзнаевых, палатах Трубинских. Формирование туристского комп­лекса в древнем Таллинне обеспечивало сохранение функций истори­ческого центра и организацию приема и обслуживания туристов. Поме­щения общественного назначения (магазин-салон сувениров, зал играль­ных автоматов, рестораны, бары), размещаемые в гостиницах в зоне до­ступности для городского населения, одновременно улучшают его обслуживание.

В исторической зоне Киева — Андреевском спуске — под гости­ницу реконструировался архитектурный памятник начала века «Замок Ричарда Львиное сердце». Запроектировано новое здание гостиницы «Святая София» рядом с архитектурно-историческим заповедником «София Киевская».

В зарубежной практике специфика туристского города проявилась в небольших исторических городах средней Италии. Эти города, оказавшись в стороне от торгово-промышленных путей последних деся­тилетий, насыщены духом истории. Одним на таких городов является Ассизи — город с множеством средневековых готических, ренессанс- ных зданий и памятников. Гостиницы, рестораны размещены в зданиях с плотной застройкой вдоль улицы. На первых этажах расположены лавки и мастерские.

Расширение сети гостиниц, реставрация памятников оказались недо­статочными условиями для развития туризма в исторических городах в 80-х годах XX в. Рынки, базары, распродажи, ярмарки, карнавалы, празд­ники, кавалькады и процессии стали традиционными для многих евро­пейских стран (Бельгия, Нидерланды, Люксембург, Северная Франция). Каждая страна по-своему использовала эти явления, повлиявшие на ди­намику туризма.

Например, развитие старинного городка Северной Франции Дуэ началось еще в средние века. В городе прекрасно сохранились памят­ники истории: ратуша и дозорная башня (XIV в.), старинный монас­тырь (XVI в.), Дворец правосудия (XVIII в.), монастырь св. Петра, церковь Нотр-Дам, собор (XIII в.), частные особняки (отель Дофина). В историческом центре города 8 гостиниц, реконструированных из част­ных особняков. В окрестностях города — два кемпинга возле озера и пруда, увеселительный центр в долине Сансе. В Дуэ разнообразен ка­лендарь праздников: праздник Гэян, карнавальные шествия, тематичес­кие (посвященные пиву, хмелю, цветам, кружевам, весне), престольные праздники. Вплоть до XVII в. «праздник ослов», задуманный для улуч­шения отношений между городами, представлял собой парад на колес­ницах. Дивертисмент «принц риторики», проводившийся среди студен­тов, был конкурсом пародий на заданную тему. Все праздники заканчи­вались большим пиршеством. Каждому празднику отводилось опреде­ленное место в городе, что позволяло восстанавливать городскую структуру: площадь, центр, улицу, городские ворота. Городским воро­там придавалось особое значение — отсюда начинался городской праз­дничный спектакль. Праздник Гэян олицетворяет собой город Дуэ. Символический персонаж Гэян — это кукла, манекен-великан, которую раз в год проносят по городу. Гэян — христианин, защитник города, лучезарный рыцарь. Таких символических героев имеют многие города. В Лионе —. это Гиньоль, в Праге — бравый солдат Швейк, в Бурбурге — Гедеон, в Безье — Галантный Жиль.

В США первые шаги по сохранению старинного города и развитию туризма были предприняты еще в 1926 г., в год празднования 150-ле­тия независимости страны в колониальном Вильямсбурге (шт. Вир­джиния). В последующие годы осуществлялась реставрация и музеефи- кация основных исторических памятников города — таверны, Капито­лия, Дворца губернатора, Джорджхауса. Были построены гостиницы «Вильямсбург-Инн» (1937), «Вильямсбург-Лодж» (1958). Архитектура гостиницы «Вильямсбург-Лодж» выполнена в современных формах, но соответствует исторической среде города. У въезда в город построены мотель с бассейном, магазины, кафе, информационный центр, в котором демонстрируются фильмы исторической тематики. В городе отрестав­рированы лавки, мастерские, магазины, таверны, служащие которых оде­ты в костюмы второй половины XVIII в. На зеленой поляне в центре города пасутся овцы; по городу можно прокатиться в повозке с конной упряжкой. В городе устраивается множество театрализованных исто­рических аттракционов и представлений.

Использование театральных приемов для сохранения исторической среды, сочетание традиционных и современных средств создания прив­лекательной для туристов атмосферы должно стать основой развития туризма в современном историческом городе.

**Аттрактивная рекреационная архитектура**

В 70—80-х годах XX в. все большее значение приобретает форми­рование аттрактивной (от лат. attraho — притягиваю к себе) архитек­турной среды для отдыха. Появление «архитектуры-декорации» в со­четании с природной средой определило развитие *аттрактивной заго­родной рекреации.* Впервые такой загородный развлекательный парк был создан в 1955 г. в США (шт. Калифорния). Это был оригинальный парк, основной идеей которого стало воссоздание волшебного царства мультфильмов У. Диснея. Развлекательный парк быстро превратился в место отдыха для семьи. Здесь предлагались увлекательные темати­ческие прогулки по окрестностям, «Путешествия через джунгли», «По­гружение в подводной лодке на морское дно», «Встреча с призраками». Парк состоит из 7 тематических участков. Основная гостиница башенного типа «Диснейленд» состоит из трех 11 — 14-этажных тематических по­строек. В 1971 г. парк «Диснейленд» был открыт в шт. Флорида («Мир Уолта Диснея») значительно больших размеров и с новыми аттракци­онами. Парк разбит на тематические участки. Один из них — «Дикий Запад» — с замком, где «водятся призраки», с колесным пароходом, который проплывает мимо «первооткрывателей новых земель», с остро­вами Тома Сойера и фортом, где выставлены манекены людей. Аттрак­ционы постоянно модернизируются. В 1982 г. открылись участки: «Эк­спериментальный прообраз будущего», «Остров открытий», «Страна рек». В парке построены: центр, отражающий технический прогресс; кинотеатр и студия производства мультфильмов; «Остров удовольствий», включающий рестораны, дискотеки, магазины; водный парк «Лагуна Тайфунов». В парке проложены туристские маршруты для натуралистов.

Для того чтобы посетить все аттракционы, нужно по меньшей мере 4 — 5 дней. Поэтому в парке открыты множество отелей, торговых цент­ров, вилл, кемпингов, Диснейдеревня, которые связаны между собой ав­тобусами, катерами, лодками и монорельсовой дорогой.

В 1983 г. появился еще один парк «Диснейленд» в Токио (Япо­ния). В парке размещены традиционные аттракционы «Страна при­ключений», «Фантастическая страна», «Страна будущего», «Восточный базар». Последний аттракцион решен в виде огромного стеклянного сооружения, предназначенного для отдыха в любую погоду.

На Европейском континенте первый парковый комплекс «Дисней­ленд» открыли в 1992 г. под Парижем. Европейский «Дис­нейленд» — уникальный парковый центр, состоящий из гостиничного комплекса для длительного пребывания и парка развлечений. Гости­ничный комплекс включает 6 гостиниц: три гостиницы — «Нью-Йорк», «Нью-Порт», «Секвойя» — размещены вокруг озера; две — «Шайенн», «Сантафе» — вдоль канала Рио-Гранд; гостиница «Диснейленд» — главные ворота парка «Диснейленд».

Архитектура, ландшафт местности, кухня в отелях, униформа персонала гостиниц отражают особенности регионов США и периоды американской истории.

Гостиница «Диснейленд» — пятиэтажное здание на 500 номеров категории «люкс» создает атмосферу викторианского стиля конца XIX в. в городах Флориды и Калифорнии. Сложные очертания кор­пусов гостиницы, соединенных крытыми переходами, шпилеобразные конструкции покрытия и розовый цвет кровли стали примечальным признаком гостиничного комплекса. Оформление баров и ресторанов подчинено общей теме «Диснейленда»: «Гриль Калифорния», «Кафе Фантазия», «Ланч — Большая улица».

Гостиница «Нью-Йорк» отражает архитектуру Манхэттена второй половины XIX в. и решена по типу Рокфеллер-центра с высокими и низкими зданиями вокруг бассейна, который зимой становится катком.

Гостиница первого класса «Нью-Порт» расположена с южной сторо­ны озера. Во внешней архитектуре здания использованы колонны в стиле 90-х годов XIX в. Внутренняя архитектура связана с морской тематикой, которая присутствует в названиях и кухне ресторанов и ба­ров: «Мыс Рыб», «Яхт-клуб», «Рыбацкая пристань».

В парк развлечений можно попасть через арку гостиницы «Дисней­ленд» и оказаться на главной улице Майн-стрит, объединяющей «Стра­ну Открытий, Приключений и Фантазий» с «Диким Западом».

«ЕвроДиснейленд» расширил «империю» парковых развлечений в Европе: немецкий «Ханса парк» (1977), английские парки «Алтон Тау­эре» (1980) и «Чессингтон» (1987), французский «Астерикс» (1989), итальянский «Маравиландия» (1993).

В 1995 г. в Испании открыли еще один парк развлечений — «Порт Приключений». На территории в 115 га разместились «Полинезия», «Мексика», «Китай» и «Дикий Запад» со своими достопримечательно­стями, традициями, сувенирами и национальными кухнями. Символом парка стал Хан Дракон — главный аттракцион американских горок. Всего в парке 30 аттракционов и 9 спектаклей (фольклорные песни и танцы, шоу китайских акробатов, театр дрессированных попугаев).

Создание парков развлечений обусловило появление в городах аттракционов для туристов. В Орландо (шт. Флорида) был построен большой аквариум с китом-убийцей. Через весь аквариум проложен тоннель из прозрачного ограждения, через которое можно наблюдать за акулами устрашающих размеров. В искусственно созданном полярном ландшафте разместили 200 пингвинов.

Огромный крытый аквариум, состоящий из 28 больших и 25 малых емкостей, был возведен в центре Лондона в 1996 г. Здесь в 1997 г. построили два номерных отеля и один отель квартирного типа. Колесо обозрений дополнит «туристскую Мекку» центра Лондона.

«Диснейлендом для взрослых» называют игорную столицу США — Лас-Вегас (шт. Невада). Соединив в себе изысканность Монте-Карло, экзотическую роскошь отелей Майами и Карибского побережья в соче­тании с шоу-бизнесом, Лас-Вегас быстро стал мировой столицей развлечений. Символом Лас-Вегаса является Бульвар-стрит длиной в три с половиной мили, на котором разместились 12 крупнейших оте­лей. Самые большие отели-города: «Метро-Голдвин-Майер Гранд отель», насчитывающий 5000 номеров, «Голливудский «Диснейленд», «Экска- либур» (по 4000 номеров), в которых воссоздана обстановка английских и шотландских средневековых замков; здесь ежегодно проходит 5 млн свадеб, крестин, конференций, конкурсов, встреч; «Остров Сокровищ» (2900 номеров). Общее количество гостиничных номеров в Лас-Вегасе приближается к 10 тыс. (жителей — 1 млн). Бульвар-стрит начинает­ся с отеля «Гасиенда» и заканчивается отелем «Сахара Лас-Вегас». При каждом отеле есть казино. Первый отель-казино «Фламинго» со­единил азартную игру и шоу-бизнес. Лучшие певцы-джазмены, танцо­ры, рок-группы, ревю выступают под сводами отелей-казино, внутреннее и внешнее оформление которых соответствует названию отеля. Так, отель «Аладдин» — это мир арабских сказок. На крыше отеля размещена фигура гигантского неонового джинна с лампой, которая горит кругло­суточно.

Огромная фигура клоуна, сосущего леденец, украшает отель «Сер- кус» («Цирк»), Статуи верблюдов и музыка пустыни сопровождают отель-казино «Сахара», вестибюль которого решен как восточный ба­зар. Отель-казино «Стар даст» («Звездная пыль») имеет лучшее нео­новое шоу.

Свой «Лас-Вегас» создан в Африке. К северо-западу от Йохан­несбурга (ЮАР) в сухой каменистой пустыне расположен сказочный оазис — туристский центр «Сан-Сити» («Город солнца») и «Лост- Сити» («Потерянный город»), где созданы искусственные горы, тропические леса, озера, построены отели-казино и целый комплекс развлече­ний. Среди причудливых построек «Лост-Сити» размещен «Палас- отель», сочетающий в архитектуре африканскую и европейскую культу­ры. Современно оборудованная гостиница (кондиционер, телефон, те­левизор, фен, радиоприемник, мини-бар в номерах) одновременно явля­ется музеем декоративного искусства: колонны, покрытые резьбой; потолки, украшенные фресками; мозаичные полы из мрамора и гра­нита; мебель ручной работы из ценных пород древесины с резьбой и инкрустацией.

Отдых и экзотическую атмосферу обеспечивают «Центр развлече­ний» с ресторанами, кафе, казино, фестивалями и конкурсами красоты; «Конноспортивный центр» с площадками для гольфа, теннисными кор­тами, плавательными бассейнами, конюшнями; «Долина волн» с искус­ственным океаническим штормом и стометровым водным спуском; авто­сафари и воздушный шар.

Объединенная в целостную систему природная и архитектурная среда, предназначенная для развлекательного отдыха, определяет эмоциональ­но-эстетическую сущность рекреации. Романтическое начало создаваемой архитектурной среды отдыха является стимулом, приводящим в движе­ние массы людей в поисках разнообразия, свойственного рекреации.

# **ТЕМА 6. ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

## Эволюция предприятий индустрии гостеприимства

Рассматривая эволюцию предприятий индустрии гостепри­имства, можно выделить периоды, которые в историческом плане соответствуют периодам развития человеческого общества:

• древний;

• Средневековье;

• Новое время;

• современный период.

### Древний период (IV тысячелетие до н.э. — 476 г. н.э.)

К этому периоду общественного развития большинство ис­ториков относят появление первых гостевых предприятий — про­образов современных гостиниц и ресторанов. Упоминание о по­добных предприятиях — тавернах — содержится в древних ма­нускриптах, одним из которых является кодекс царя Вавилонии Хаммурапи, написанный примерно в 1700 году до н.э.

В Древней Греции в I тысячелетии до н.э. таверны являлись важным элементом социальной и религиозной жизни. Хотя в тавернах имелись помещения для размещения путешественни­ков, в большей степени они предназначались для предоставле­ния услуг питания. Развитие же торговли и связанные с ней длительные разъезды требовали организации не только пита­ния, но и ночлега. Это обстоятельство и предопределило появ­ление другого типа предприятий — постоялых дворов.

Наиболее разветвленная сеть постоялых дворов была созда­на на территории Римской империи. Древнеримские постоялые дворы располагались вдоль главных дорог в городах и деревнях на расстоянии один от другого примерно в 25 миль (40,225 км).

Строгая классовая структура, лежавшая в основе Римского государства, оказала влияние на деятельность предприятий гос­теприимства того времени. В частности, расселение путешествующих здесь проводилось по классовому признаку. Никогда купцы, торговцы и другие путешествующие из простого народа не могли быть поселены рядом с государственными служащими и правительственными гонцами. Это обстоятельство повлияло на качественное состояние постоялых дворов. Те, в которых ос­танавливались представители аристократии и государственные чиновники, строились по всем правилам архитектурного искус­ства и предлагали по тем временам широкий спектр услуг. Впос­ледствии Марко Поло говорил, что на таких постоялых дворах и "королю остановиться не зазорно"

Таверны и постоялые дворы, предназначенные для обслужи­вания граждан низших сословий, предлагали минимальные условия для ночлега и отдыха. Например, очень часто путешес­твующие спали просто на соломе, а чтобы не замерзнуть в хо­лодное время года, прижимались к теплому боку своей лошади. О каком-то дополнительном комфорте не было и речи.

Огромную роль в появлении предприятий гостеприимства сыг­рало развитие торговых связей на Ближнем Востоке, в Азии и Закавказье. По территории этих регионов проходили крупнейшие торговые пути, по которым длинными потоками двигались кара­ваны с товаром. Для организации ночлега участников караванов вдоль торговых путей создавались специальные пункты размеще­ния — караван-сараи, включающие, как правило, помещения для людей и загоны для верблюдов и лошадей. Все это было окружено крепостной стеной, защищающей от природных стихий (ветра, дождя, бури), а также от грабителей и разбойников.

После падения Римской империи в 476 году н.э. начался но­вый этап в развитии предприятий гостеприимства.

### Средневековье (V - XV вв. н.э.)

На развитие предприятий гостеприимства в средние века ог­ромное влияние оказали религиозные традиции. В этот период резко увеличилось количество людей, совершавших паломни­чества к святым местам. Церковь обязывала монастыри оказы­вать гостеприимство паломникам, организовывать для них ночлег, предоставлять питание. В это время появляются и другие заведения, осуществляющие подобные функции. Например, франкийский король, а впоследствии император Карл Великий (742—814), покровительствуя церкви, в VIII веке учредил спе­циальные дома для отдыха паломников. Один из таких домов, аббатство в Ронсельвальском ущелье, предоставлял странникам радушный прием у ворот, бесплатный хлеб, услуги цирюльника, сапожника, фрукты и орехи из закромов аббатства и многое другое.

Столь широкое предоставление монастырями бесплатных ус­луг путешествующим сдерживало развитие частных предприя­тий размещения. В Англии большой толчок к развитию частных постоялых дворов и таверн был дан лишь в период позднего Средневековья и особенно во время Реформации, когда англий­ский король Генрих VIII провел секуляризацию монастырей. Никто из странствующих уже не мог больше рассчитывать на бесплатную остановку в монастырях и вынужден был останав­ливаться на частных постоялых дворах.

В XII—XIII веках постоялые дворы — предшественницы пер­вых гостиниц — появились на Руси. Тогда они назывались "ямами" и располагались один от другого на расстоянии конного перехода. В XV веке постоялые дворы создавались при почтовых станциях, находящихся в ведении Ямского приказа. К XV веку также относится строительство в больших русских городах гости­ных дворов, отличающихся от постоялых тем, что помимо разме­щения и питания здесь имелись возможности для совершения коммерческих операций, то есть в гостиных дворах объединялись меблированные комнаты, торговые ряды, лавки, склады. Как правило, все это обносилось стенами и башнями с въездными воротами. Расселение иностранцев в гостиных дворах проводи­лось по национальному признаку. В Новгороде в XV—XVII веках существовали "немецкий" и "голландский" гостиные дворы, в Москве — "аглицкий", "греческий", "армянский" и др.

В XIII веке гостиные дворы появились в Витебске, Гродно, Бресте, Слониме и других белорусских городах. Специальные гостиные дворы для белорусских купцов в XV—XVI веках были построены в Брянске, Вязьме, Москве.

Прогрессивным направлением деятельности предприятий го­степриимства в средневековый период явилось создание первых профессиональных ассоциаций. Так, в 1282 году трактирщики го­рода Флоренции в Италии основали свою гильдию.

### Новое время (XVI в. — начало XX в.)

К XVI веку относится открытие первых кофеен, ставших цен­трами культурной и литературной жизни того времени. Их по­явлению способствовало распространение в Западной Европе таких экзотических напитков, как кофе и чай. Первые европей­ские кофейни были открыты в 1652 году в Лондоне и в 1683 году в Вене. В частности, в Вене впервые был предложен кофе, под­слащенный медом и разбавленный молоком. К концу XVII века кофейни на Европейском континенте стали довольно распрос­траненным явлением. В крупных городах их количество дости­гало нескольких десятков.

К рассматриваемому периоду времени относится открытие в 1553 году в Париже первого ресторана "Тур д'Аржан", который на протяжении двух последующих столетий оставался совершенно уникальным заведением, потому что его единственная функция состояла только в предоставлении питания. Сам же термин "рес­торан" был употреблен значительно позже, во второй половине XVIII века. Словом "restorantes" (во французском языке означа­ющем "укрепляющий, восстанавливающий") назывался суп, яв­ляющийся главным блюдом круглосуточной парижской таверны господина Буланже, которого сегодня во всем мире называют "отцом современного ресторана". Он известен тем, что в 1767 го­ду, выиграв в Верховном суде дело против гильдии поставщиков провизии, владеющей монополией на мясные блюда, Буланже впервые предложил клиентам широкий ассортимент прекрасно приготовленных блюд. Наибольшую популярность получил суп из баранины в винном соусе и картофель по Буланже (нарезан­ный в горшочке, приготовленный в печи с крепким бульоном).

Во время Великой французской революции 1789—1799 годов в связи с эмиграцией французских шеф-поваров в другие госу­дарства, где все они занялись ресторанным бизнесом, идея рес­торана получила широкое распространение во всем мире.

К 1800 году англичане начали перенимать у своих соседей концепцию ресторана. Английский ресторан был величествен­ным учреждением — миром высокой кухни, высокого декорума, высокого сервиса.

К середине XIX века относится начало использования меню — "a la carte" (а ля карт). Клиент получает право выбирать по вкусу любое блюдо из предложенного ему списка.

В 1898 году в Лондоне открылся отель "Савой". Управляю­щим его был известный Цезарь Ритц (в настоящее время отели Ритц-Карлтон носят его имя), а шеф-поваром — Жорж Агюст Эскофье. Эти двое людей совершили настоящую революцию в организации ресторанов при гостиницах. Эскофье был одним из величайших кулинаров своего времени. Известность ему при­несли изданный справочник по кулинарии, а также внедренный им бригадный подряд на кухне.

Особая роль в развитии предприятий гостеприимства при­надлежит США. По мнению историков, первый постоялый двор здесь появился значительно позже, чем в Европе, лишь в 1607 году. Одна из первых таверн была открыта в Бостоне в 1634 году. В 1642 году в Нью-Йорке (тогда он назывался Новый Амстердам) таверна была открыта голландцами. С этого време­ни таверны стали центрами общественной жизни, местом встреч для солдат и бизнесменов. Они процветали не только в городах, но и вдоль больших дорог, и особенно на перекрестках.

Вступившие на землю Американского континента европей­ские переселенцы принесли с собой тот опыт строительства и управления постоялыми дворами и тавернами, который был на­коплен ими за столетия. С точки зрения архитектуры, располо­жения, предлагаемого обслуживания американские постоялые дворы и таверны во многом напоминали европейские, отличаясь незначительно. Например, при размещении людей здесь отсутст­вовала дискриминация по классовому признаку. В отличие от европейских предприятий, которые во многом выполняли соци­альную функцию, американские таверны с самого начала своего существования в большой степени имели коммерческую нап­равленность, то есть создавались с целью извлечения прибыли.

Первой гостиницей, открытой в Соединенных Штатах, был 70-комнатный "Сити-отель" на Бродвее в Нью-Йорке. Это зна­менательное событие произошло в 1794 году. В 1829 году в Бос­тоне открылся отель "Тремонт" — первый в США отель первого класса — с коридорными, регистратурой (рецепцией), замками на дверях номеров и даже с бесплатным мылом для гостей. От­крытие этого отеля положило начало гостиничному буму, про­несшемуся в США в первую очередь по городам Восточного побережья, а затем на Западе и Юге. К концу XIX века здесь уже были распространены два типа гостиниц. Одни были боль­шие и роскошные — некоторые из них являлись просто архи­тектурными шедеврами, имеющими просторный вестибюль, зал для балов, лифт, сантехнику, электрическое освещение и ряд других удобств. Другие — маленькие и устаревшие, предлагаю­щие услуги по низким ценам.

Считается, что первым рестораном в США был открытый в 1831 году в Нью-Йорке известный ресторан "Дельмонико". Вско­ре это название стало синонимом изысканной пищи и безуп­речного обслуживания.

На развитие ресторанного дела в США в те годы большое влияние оказали французские традиции. К 1852 году каждый первоклассный американский отель имел своего французского шеф-повара. Меню также традиционно печаталось на француз­ском языке, что создавало англоязычным посетителям трудность в чтении. Благодаря Джону Дельмонико, одному из владельцев ресторанов "Дельмонико", впервые было введено двуязычное меню, в котором названия блюд на французском и английском языках размещались друг против друга. Эта традиция привилась и с годами получила широкое распространение в мире.

На рубеже XIX-XX веков индустрия гостеприимства превра­щается в важную отрасль. Строительством гостиниц, подготов­кой кадров, вопросами ценообразования начинают заниматься гостиничные объединения, синдикаты, акционерные общества, корпорации. В начале XX века наиболее заметными среди них были Лондонский синдикат владельцев гостиниц, французский "Союз хозяев гостиниц". В 1906 году организовывается Между­народный союз владельцев гостиниц, объединивший владель­цев 1700 гостиниц из различных стран мира.

В России в 1910 году насчитывалось 4685 гостиниц, находя­щихся в частном владении, не считая постоялых дворов и трак­тиров с номерами. Наиболее популярными были гостиница "Мет­рополь", построенная в 1897—1907 годах в Москве Петербургским акционерным обществом, гостиница "Люкс" (основатель — мос­ковский булочник Филиппов), Гранд-отель (владелец— купец, миллионер Корзинкин), гостиницы Шевалдышева "Европа", "Париж" и другие.

В начале XX века в Минске функционировало около 30 час­тных гостиниц. Некоторые из них представляли просто мебли­рованные комнаты на 10—15 номеров. В Минске также находи­лась самая большая гостиница Северо-Западного края — гости­ница "Европа", насчитывающая 30 номеров и предлагающая по тем временам широкий спектр услуг: парикмахерскую с муж­ским и женским залом, ресторан, библиотеку, лифт, автомо­биль к вокзалу и др.

### Современные тенденции развития индустрии гостеприимства

К тенденциям развития предприятий индустрии гостепри­имства, получившим развитие в последние десятилетия, следует отнести:

1. Углубление специализации гостиничного и ресторанного предложения.

2. Образование международных гостиничных и ресторанных цепей.

3. Развитие сети малых предприятий.

4. Внедрение в индустрию гостеприимства новых компью­терных технологий.

В последнее время наряду с традиционными полносервисными отелями и ресторанами все больше стали появляться ***специализи­рованные*** предприятия с сокращенным набором предлагаемых услуг и блюд. Специализация предприятий бывает самой разно­образной. Гостиницы могут ориентироваться на обслуживание представителей определенного сегмента туристского рынка: например, на клиентов, посвящающих свой отпуск игре в гольф, катанию на лыжах, конным турам и т.д., туристов, выезжающих на конгрессы, выставки, ярмарки и т.п.

Рестораны, как правило, специализируются на приготовле­нии национальных блюд, ужинов, завтраков. Огромную попу­лярность во всем мире приобрели рестораны быстрого обслужи­вания, специализирующиеся на гамбургерах и жареной картош­ке (McDonald's), пицце (Pizza Hut, Domino, Little Ceasar), бифштексах (Sizzler), морепродуктах (Red Lobster), сэндвичах (Subway). В этой связи особый интерес представляют также рес­тораны, ориентированные на какую-либо тему: Дикий Запад, рок-н-ролл, футбол, самолеты, железная дорога, ностальгия по 50-м, обеденный дом и т.д. Обычно они предлагают ограничен­ное количество блюд, их главная задача состоит в создании нас­троения и атмосферы.

Углубление специализации предприятий гостеприимства вза­имосвязано с такой важнейшей тенденцией, как образование ***международных******цепей****,* которые играют огромную роль в разра­ботке и продвижении высоких стандартов обслуживания.

Говоря о цепи, обычно подразумевают группу предприятий, которые осуществляют коллективный бизнес и находятся под непосредственным контролем руководства цепи. Цепь может иметь собственные здания или арендовать их. Руководство цепи имеет преимущества при разделе прибыли, но в то же время несет ответственность за все потери, возможные при любых (в частности финансовых) операциях.

Большинство из того, что сейчас считается "стандартом в производстве", либо имело свое начало, либо получило поддер­жку в гостиничных цепях. "Холидей Инн" была первой гости­ничной цепью, которая активно использовала телеконференцию. Гостиницы корпорации "Хайятт" всегда будут ассоциироваться с большим фойе с элементами планировки атриума и стеклян­ными лифтами. Овощные бары, откатывающиеся окна, компь­ютерный учет номерного фонда — это лишь некоторые приме­ры нововведений.

К середине 90-х годов под контролем крупнейших гости­ничных объединений и цепей находилось более 30% всего ми­рового гостиничного фонда. Как и многие другие тенденции, образование гостиничных цепей получило свое начало в США.Особенно интенсивно этот процесс внедрялся в экономику гос­теприимства в 60-х годах. К началу 90-х годов влияние амери­канских гостиничных цепей стало доминирующим в мире. Они вытеснили из десяти ведущих мировых гостиничных цепей евро­пейские цепи Travelodge International и Master Hosts International, оставив в настоящее время только две — Ассоr (Франция) и Forte PLC (Великобритания) (табл. 8).

*Таблица 8. Десять крупнейших гостиничных цепей мира*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название гостиничной цепи | Число предприятий | Общее число номеров | Число стран, в которых находятся предприятия |
| Hospitale Franchise | 4400 | 435 000 | 6 |
| Holiday Inn Worldwide, Atlanta | 2031 | 365 309 | 62 |
| Choice Hotels International, Silver Springs | 3467 | 299 881 | 38 |
| Best Western International, Phoenix | 3401 | 276 659 | 60 |
| Accor, Paris | 2205 | 252 887 | 73 |
| Marriott Hotels and Resorts, Bethesda | 898 | 186 656 | 27 |
| ITT Sheraton Corp., Boston | 417 | 129 937 | 61 |
| Forte PLC, London | 959 | 98 450 | 60 |
| Hilton Hotels Corp., Beverly Hills | 223 | 92 119 | 8 |
| Carison Hospitality Group, Minneapolis | 368 | 83 258 | 39 |

Международная гостиничная ассоциация (МГА) подразде­ляет гостиничные цепи на три категории:

• первая — это корпоративные цепи — гостиничные корпора­ции, владеющие многочисленными предприятиями;

• вторая — цепи независимых предприятий, которые объе­диняются для использования общей системы бронирования, концепции маркетинга, рекламы и других дорогостоящих для отдельного предприятия услуг;

• третья — цепи, представляющие управленческие услуги.

Существует много точек зрения на то, что послужило при­чиной успеха цепей. Однако бесспорными причинами являются постоянство в качестве продукта, идентичность услуг на разных предприятиях, а также доступность цен.

Каждый тип гостиницы, входящий в гостиничную цепь, имеет свою марку. Преимуществом тех компаний, которые строго придерживаются своих фирменных наименова­ний, является то, что потребители, пользующиеся услугами одной гостиничной цепи, достаточно четко представляют качес­тво обслуживания и размещения на предприятии, принадлежа­щем этой цепи, независимо от его месторасположения. Это позволяет гостиничным цепям задолго до открытия новой гос­тиницы проводить ее рекламу и бронирование, будучи уверен­ным, что постоянные клиенты предпочтут новую гостиницу из­вестной марки случайному выбору, сделанному во время поезд­ки. Практика показывает, что гостиничная цепь еще задолго до открытия гостиницы начинает проводить бронирование мест. С этого же времени название гостиницы и все ее реквизиты вклю­чаются в национальный перечень гостиниц, а также во всевоз­можные специальные справочники.

Тенденция образования гостиничных объединений и цепей в последние годы наблюдается и в государствах СНГ. В октябре 1997 года в Москве была создана первая российская гостинич­ная цепь — "Норд-отель", представляющая собой добровольное объединение из двенадцати гостиничных предприятий различ­ных организационно-правовых форм Северо-Восточного округа Москвы, таких как "Алтай", "Байкал", "Восток", "Восход", "За­ря", "Звездная", "Золотой Колос", ММК "Молодежный", "Ос­танкино", "Саяны", "Турист", "Ярославская", ГАО "Москва" (25% гостиничных мест Москвы). Организационно-правовая форма "Норд-отеля" — закрытое акционерное общество.

Кроме гостиничных цепей на мировом туристском рынке активно функционируют специфические объединения, основ­ная цель которых — объединить лучших представителей гости­ничного бизнеса. К примеру, с 1928 года ведет работу по опре­делению самых лучших отелей мира международная корпорация "Ведущие отели мира". Она ежегодно помещает сведения о лучших предприятиях в своем специальном каталоге. Подобную работу около 30 лет проводит и международная организация "Привилегированные отели и курорты мира". С 1968 года фун­кционирует международная гостиничная ассоциация "Тишай­шие отели мира", штаб-квартира которой находится в Париже. При вступлении в эту ассоциацию оцениваются три следующих критерия: естественная и приятная окружающая среда; уютное здание и интерьер гостиницы со своим характерным обликом; гостеприимство, отвечающее всем современным требованиям, в том числе и прекрасная кухня.

Вопросами координации функционирования гостиничных цепей и ассоциаций независимых гостиниц и ресторанов в Европе зани­мается Конфедерация национальных ассоциаций гостиниц и ресто­ранов Европейского экономического сообщества (ХОРТЕК).

Количественный рост гостиничных цепей, их слияние и объе­динение создают ошибочное мнение о снижении многообразия предложения и отдыха. Однако на практике наблюдается обрат­ная тенденция: распространение цепей (из-за некоторой обезли­ченности, стандартизованности обслуживания) не может удовле­творить всех разнообразных требований туристов, что готовит почву для развития ***малых******независимых******гостиниц****,* делающих ставку на уникальность и неповторимость. Именно такие гостиницы специалисты считают прототипами гостиниц XXI века: комфор­табельные, построенные в сельском стиле и предлагающие услуги за умеренную цену, имеющие все необходимое для работы и отдыха, без ресторана (предусматривается, что ресторан находится рядом), где клиенты могут получить изысканное персонифици­рованное обслуживание. Именно уникальность малой гостиницы является главным инструментом рыночной политики.

Как показывает практика, малые гостиницы в своем боль­шинстве — это независимые гостиницы, то есть находящиеся в свободном владении, распоряжении и пользовании обладателя, получающего прибыль от такой собственности. Наличие дого­ворных обязательств с другими компаниями в вопросах управ­ления или использования чужого знака обслуживания не влечет за собой изменения статуса предприятия как независимого по отношению к другим субъектам рыночных отношений.

За последние десятилетия ничто так не повысило професси­онализм и производительность предприятий и организаций ин­дустрии гостеприимства, как внедрение новых ***компьютерных технологий****,* которые в корне изменили способ ведения гости­ничного бизнеса, позволили владельцам предприятий разрешить ряд проблем и создали массу удобств клиентам.

Стремление к удовлетворению запросов потребителей стало стимулом для разработки гибких пакетов прикладных программ, способных настраиваться на нужды различных пользователей. Одной из таких программ является программа "Гостиница" ("Отель"). Она предназначена для локальной автоматизации тех­нологических процессов приема, размещения, питания и предо­ставления дополнительных услуг туристам.

Данная программа состоит из следующих блоков:

• автоматизированное рабочее место "Портье";

• подсистема "Ресторан";

• подсистема "Склад";

• подсистема "Техническое обслуживание";

• подсистема "Бухгалтерский учет".

На рабочем месте "Портье" автоматизированы следующие функции:

— прогноз загрузки номерного фонда;

— ввод данных по резервированию;

— бронирование мест под плановые заезды групп туристов и отдыхающих;

— оформление заезда гостей;

— регистрация туристов и отдыхающих;

— переселение;

— изменение данных по отдельным группам и отдельным отдыхающим;

— расчет с проживающими;

— контроль за оплатой и выездом;

— оформление выезда отдыхающих и организованных групп туристов;

— учет и выдача справок по проживающим в гостинице;

— формирование отчетных документов о работе гостиницы и ее основных подразделений;

— формирование контрольных журналов работы персонала по сменам.

Подсистема "Ресторан" предназначена для автоматизации следующих действий:

— разработки графиков питания организованных туристов и отдыхающих;

— разработки меню с учетом заказов и периодичности его смены;

— управления производством;

— управления обслуживанием;

— учета индивидуальных заказов;

— ведения расчетных операций и др.

Подсистема "Техническое обслуживание" используется для:

— анализа текущего состояния номерного фонда;

— планирования выбытия номеров на ремонт и реконструкцию;

— анализа текущего состояния инженерных систем и ком­муникаций (энерго-, водо-, газо-, теплоснабжения, лифтовых хозяйств, теле-, радио-, видеокоммуникаций и систем и др.);

— разработки графиков технического обслуживания и ре­монта инженерных систем и коммуникаций;

— обеспечения и контроля санитарно-гигиенических норм в гос­тинице (температуры, влажности, уровня шума, освещенности и т.д.).

Для бесперебойной работы гостиницы и ресторана необхо­димо точно определить потребность по всем видам промышлен­ных и продовольственных товаров, что возможно только при существовании отлаженной, четко работающей системы инфор­мации о наличии различных товаров на складе. Обеспечить по­добную информацию позволяет программа "Склад".

Программа "Бухгалтерский учет" представляет собой ком­плекс программных средств, реализующих функции всех подраз­делений бухгалтерии: учет основных средств (фондов), матери­альных ценностей, товаров, денежных средств и финансово-рас­четных операций, расчет зарплаты, сводный бухучет и отчетность.

На гостиничных предприятиях может быть использован и ряд других прикладных программ ("Руководитель", "Телефонный спра­вочник", "Делопроизводство", "Кадры", "Маркетинг" и т.д.).

В деятельности гостиничных мероприятий огромное значе­ние имеет использование возможностей международных систем бронирования и резервирования, интегрированных в глобаль­ные сети Интернет. К числу таких систем относятся: "AMADEUS", "Worldspan"; "Galileo", "Sabre", "Fidelio Hotel Bank".

"AMADEUS" является самой популярной компьютерной сис­темой бронирования и способна оказывать большее количество международных услуг, чем любая другая система. Система "AMADEUS" Hotels предлагает точную, скорректированную до последней минуты информацию о размещении ориентировочно в 35 000 отелях и других средствах размещения во всем мире. Она дает сведения о местоположении гостиницы, наличии сво­бодных мест, о наборе услуг и специальных расценках, оговари­ваемых конкретным агентством.

С декабря 1995 года в Российской Федерации начала эксплу­атироваться система "Ключ", предлагающая услуги по брони­рованию мест размещения более чем в 40 городах России, СНГ и странах Балтии.

На российском рынке также функционирует система брони­рования и резервирования, разработанная фирмой "Туринтел", которая имеет выход на основные международные системы "AMADEUS", "Galileo", "Sabre"; система "Тур Резерв", разра­ботанная системой "Аримсофт".

Разделы бронирования гостиничных услуг существуют и в глобальной компьютерной сети Интернет. Наиболее популяр­ным из них является Travel Web, открытый в марте 1996 года американской компьютерной компанией "Pegasus Systems". Travel Web содержит информацию о 94 странах мира, обо всех веду­щих гостиничных цепях и более 200 авиакомпаниях. Помимо бронирования, она располагает удобной системой поиска под­ходящих отелей и авиарейсов.

## Характеристика и особенности гостиничных услуг

Многие авторы рассматривают понятие "гостиница" как про­изводное от латинского "hospitalis", что означает гостеприим­ный. По поводу происхождения этого понятия сегодня сущест­вуют и другие мнения. Одна из распространенных точек зрения сводится к тому, что английское слово "hospitality" (гостеприим­ство) происходит от старофранцузского "hospice" (оспис), что означает "странноприимный дом". Старейшим из учреждений такого рода является Hospice de Beaune (Оспис-де-Бон) в Бургундии, известное также как Hotel Dieu (Отель Дье) — "Дом Бога". Оно было основано в 1443 году как благотворительная больница и приют для бедняков. Эта больница функционирует и в насто­ящее время.

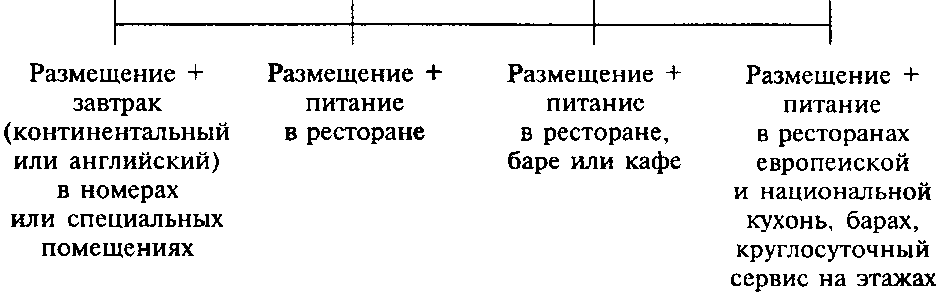
В отечественной практике управления, сохранившейся до нас­тоящего времени, слово "hospitality" связывают прежде всего с понятием "госпиталь", означающим военно-медицинское учреж­дение для стационарного лечения.

С точки зрения здравого смысла о каком-либо гостеприим­стве не может быть и речи без удовлетворения первичных пот­ребностей человека — потребностей в питании, отдыхе и сне. В этой связи наиболее обоснованным и достаточно логичным яв­ляется следующее определение гостиницы.

**Гостиница** — это предприятие, предоставляющее людям, на­ходящимся вне дома, комплекс услуг, важнейшими среди кото­рых (комплексообразующими) в равной степени являются услу­га размещения и питания.

В данном определении указывается на обязательное наличие двух главных услуг в гостинице — размещения и питания. При этом их соотношение между собой может сильно различаться, как наглядно показано на рисунке 11.

С одной стороны шкалы находится предприятие, предлага­ющее услугу размещения и только завтрак в номере либо в спе­циальном помещении, с другой стороны — предприятие, пред­лагающее услугу размещения и целый комплекс услуг питания (питание в ресторанах европейской и национальной кухонь, ба­рах, пиццериях, организация сервиса питания на этажах).



*Рис. 11. Соотношение услуги размещения и услуги питания в разных гостиницах*

***Содержание услуги размещения*** состоит в том, что, во-пер­вых, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера), во-вторых, предоставляются услуги, вы­полняемые непосредственно персоналом гостиницы: портье по приему и оформлению гостей, горничными по уборке гости­ничных номеров и т.д.

Гостиничные номера являются основным элементом услуги размещения. Это многофункциональные помещения, пред­назначенные для отдыха, сна, работы проживающих гостей. Вследствие того, что гостиничные номера используются гостя­ми преимущественно в вечернее и ночное время, важнейшей их функцией является обеспечение возможности сна. Значимость других функций гостиничных номеров прежде всего зависит от назначения гостиницы и потребностей гостей. Например, в гостиницах делового назначения очень важной функцией но­меров является обеспечение гостю возможности поработать, то есть здесь необходим письменный стол, телефон, факс, компь­ютер и т.д.

В гостиницах имеются различные категории номеров, отли­чающиеся площадью, меблировкой, оборудованием, оснащени­ем и т.д. Однако независимо от категории каждый гостиничный номер должен иметь следующую мебель и оборудование:

• кровать;

• стул или кресло в расчете на одно место;

• ночной столик или тумбочку в расчете на одну кровать;

• шкаф для одежды;

• общее освещение;

• мусорную корзину.

Помимо этого в каждом номере должна содержаться инфор­мация о гостинице и план эвакуации на случай пожара.

***Услуги по предоставлению гостям питания*** состоят из комби­нации различных процессов: производственного (приготовле­ние блюд на кухне), торгового (продажа готовых к употребле­нию продуктов, алкогольных и безалкогольных напитков), сер­висного (обслуживание гостей официантами в ресторане, баре, кафе, гостиничных номерах).

К ***дополнительным или прочим услугам*** относятся предло­жение бассейна, спортивного, конференц-залов, залов для пе­реговоров, прокат автомобилей, услуги химчистки, прачечной, парикмахерской, массажного кабинета и ряд других. В настоя­щее время дополнительные услуги приобретают все большее значение в формировании рыночной привлекательности гос­тиничного предприятия. Оставаясь основной, услуга размеще­ния воспринимается гостями как само собой разумеющееся. Повышенный же интерес вызывают услуги, выделяющие дан­ную гостиницу из ряда других. В большинстве случаев такими услугами выступают дополнительные. Подтверждением этому является деятельность многих известных гостиничных пред­приятий. К примеру, прочие услуги, ориентированные на предоставление возможности заняться различными видами спорта, стоят на первом месте в комплексе услуг немецкой гос­тиничной цепи "Робинзон-клуб", состоящей из 30 гостиниц. Гостиницы известных швейцарских курортов Давоса, Кран-Монтана, прежде чем привлечь на отдых высокооплачиваемых профессионалов, банкиров, политиков, предоставили возмож­ность проведения здесь международных конференций, эконо­мических форумов на самом высоком уровне, построив и обо­рудовав конференц-залы и ряд других помещений с примене­нием новейших достижений науки и техники.

На гостиничном предприятии услуги размещения, питания и прочие услуги дополняют друг друга, в большинстве случаев являются взаимозависимыми и воспринимаются гостем как еди­ное целое. С учетом того, как они оформлены и скомбиниро­ваны в единый комплекс, складывается определенный тип пред­приятия. Типология гостиничных предприятий, получившая распространение в мировой практике гостиничной индустрии, приведена в таблице 9.

В связи с постоянным появлением на гостиничном рынке новых услуг и форм обслуживания приведенная типология но­сит весьма условный характер. Однако такое разделение важно для понимания особенностей управления каждым типом. В пределах приведенных типов, как правило, имеется много раз­новидностей.

Таблица 9. Типология гостиниц

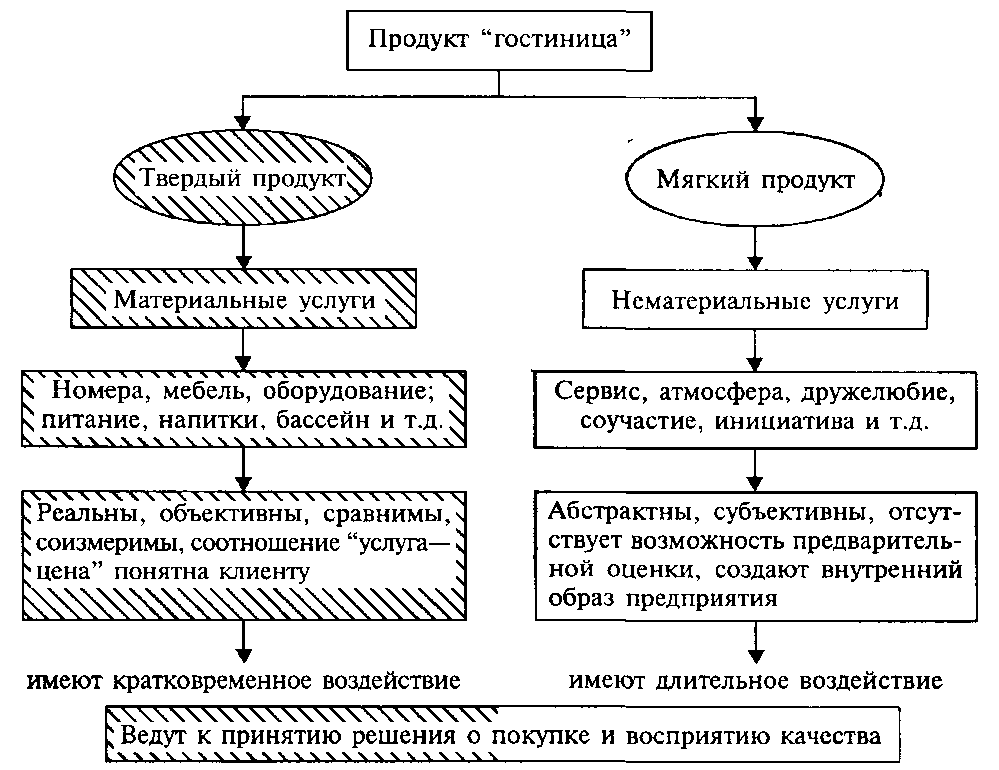
|  |  |
| --- | --- |
| Тип гостиницы | Характеристика |
| Отель-люкс | По вместимости данный тип гостиниц относится к ма­лым или средним предприятиям. Обычно располагается в центре города. Хорошо обученный персонал обеспе­чивает высокий уровень сервиса самым требовательным клиентам, которыми являются участники конференций, деловых встреч, бизнесмены, высокооплачиваемые про­фессионалы. Характерна высокая цена номера, включа­ющая все возможные виды обслуживания |
| Гостиница (среднего класса) | По вместимости больше отеля-люкс (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. Рассчитана на прием бизнесменов, туристов-индивидуалов, участников конгрессов, конференций и т.д. |
| Гостиница-апартамент (апарт-отель) | По вместимости это предприятие малых или средних размеров (до 400 мест). Характерна для крупного города с непостоянным населением. Представляет квартирный тип номеров, используемых в качестве временного жилья, чаще всего на базе самообслуживания. Цена в данном типе гостиниц обычно варьируется в зависимости от сроков размещения. Обслуживает семейных туристов и бизнесменов, коммерсантов, останавливающихся на длительный срок |
| Гостиница экономического класса | Предприятие малой или средней вместимости (до 150 и больше мест). Располагается вблизи магистралей. Ха­рактерно простое и быстрое обслуживание, ограниченный набор услуг. Потребители — бизнесмены и инди­видуальные туристы, не нуждающиеся в полном панси­оне и стремящиеся к фактической оплате потребляемых ими услуг, предусматривающей невысокий процент над­бавки за обслуживание |
| Отель-курорт | Предприятие со значительными различиями по вмести­мости, предлагающее полный набор услуг гостеприим­ства. Кроме того, включает комплекс специального ме­дицинского обслуживания и диетического питания. Рас­полагается в курортной местности |
| Мотель | Простые одноэтажные или двухэтажные сооружения, расположенные вне городской застройки, в пригороде, у автомагистралей. Это малые или средние предприя­тия (до 400 мест). Характерен средний уровень обслуживания при небольшом количестве персонала. Клиен­тами являются разные категории туристов, но с акцен­том на познавательный автотуризм |
| Частная  Гостиница типа "ночлег и завтрак" | Широкое распространение данный тип гостиниц получил в США. Это гостиница малой, иногда средней вмес­тимости. Расположена в пригороде или сельской мес­тности. В обслуживание, как правило, входят завтрак и ранний легкий ужин в домашней обстановке. Клиента­ ми являются коммерсанты и маршрутные туристы, стре­мящиеся к домашнему уюту |
|
|
|
| Отель-гарни | Предприятие, представляющее клиентам ограниченное количество услуг: размещение и континентальный завтрак |
| Пансион | Предприятие с простым стандартом и ограниченным спектром услуг. В отличие от отелей-гарни здесь предо­ставляются завтраки, обеды и ужины (полный панси­он). Однако услуги питания могут получить только проживающие клиенты |
| Гостиный двор | Предприятие, отличающееся от отелей упрощенным стандартом обслуживания, меньшей вместимостью, отсутствием ряда общественных помещений для встречи и пребывания гостей (холлов, вестибюлей, гостиных и т.д.). В структуре гостиного двора обязательно наличие ресторана или бара |
| Ротель | Передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно-двухместными отсеками, в которых расположе­ны спальные кресла. Имеется отсек для переодевания, туалет, кухня, холодильник |
| Ботель | Небольшая гостиница на воде, в качестве которой используется соответствующим образом оборудованное судно |
| Флотель | Крупная 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 информационное обеспечение (телефон, телефакс, те­летайп, телевизор и т.д). В последнее время часто используется для организации бизнес-туров, конгресс-ту­ров, конгресс-круизов, обучающих туров |
| Флайтель | Аэрогостиница или "летающий отель". Чрезвычайно до­рогой и немногочисленный тип гостиниц. Оборудован посадочной площадкой и связью с метеослужбами |

В каждом государстве формируются свои типы предприя­тий, учитывающие особенности географического положения, климатических условий, ряда других факторов и, самое главное, особенности сложившегося спроса.

В практике управления широко используется термин **"гостиничный продукт"** (или продукт "гостиница"), позволяющий подчеркнуть комплексный характер гостиничного предложения, наглядно показанного с помощью рисунка 12.

Подобный подход к терминологии приемлем с точки зрения экономической теории, где продукт определяется как результат человеческого труда, хозяйственной деятельности, представленный в материально-вещественной форме (материальный продукт), в ду­ховной, информационной форме (интеллектуальный продукт) либо в виде выполненных работ и услуг, и с точки зрения маркетинга, где в термине "продукт" совмещаются понятия "товары" и "услуги".

Деятельность практически всех предприятий, не только гости­ничных, в значительной степени зависит от месторасположения, поскольку оно влияет на стоимость земли и строительных работ, размер затрат на оплату труда, а также на возможности сбыта про­дукции. Это так называемые первичные факторы, учитываемые при принятии решения о месте расположения. Ко вторичным фак­торам относятся такие, как наличие сырьевых ресурсов, рабочей силы, соответствующей инфраструктуры и т.д., значение которых не для всех предприятий одинаково. В зависимости от того, каким факторам отдается предпочтение, выделяют предприятия, ориен­тируемые на сырьевые ресурсы, трудовые ресурсы, пути сообще­ния или на сбыт, что определяет характеристику продукта.



*Рис. 12. Гостиничный продукт*

Гостиничные предприятия в первую очередь ориентируются на сбыт. В отличие от промышленности, где продукция постав­ляется потребителю, в гостиничной сфере все происходит нао­борот: гость должен прибыть в гостиницу, чтобы воспользовать­ся ее услугами, в связи с чем к выбору месторасположения предъ­являются такие требования, как досягаемость и близость. Например, при выборе гостиницы деловыми туристами фактор ее удобного месторасположения (наиболее предпочтителен центр города) является решающим.

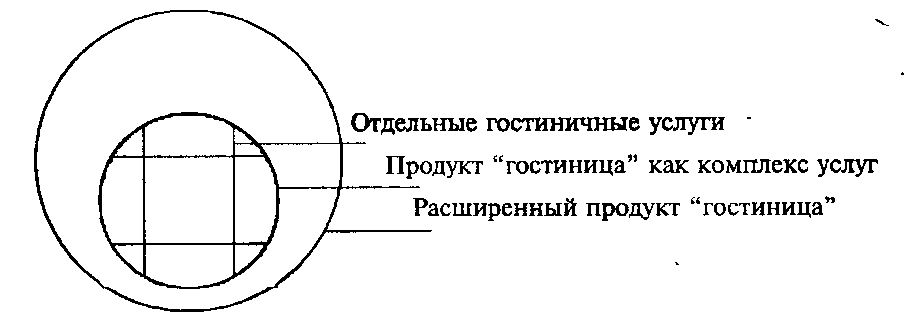
При рассмотрении гостиничных услуг как продукта выделя­ют три уровня услуг:

1) отдельные услуги и группы услуг;

2) продукт "гостиница" как комплекс услуг;

3) расширенный продукт.

Взаимосвязь между уровнями представлена на рисунке 13.



*Рис. 13. Три уровня продукта "гостиница"*

Гостиница как комплекс, как единый продукт — это второй (средний) уровень. Он состоит из множества отдельных услуг: услуг горничных, кухни, портье, метрдотелей и т.д., которые составляют первый (внутренний) уровень. Продукт "гостини­ца" в соединении с компонентами предложения местности, до­полняющими созданные в гостинице услуги, составляют рас­ширенный продукт "гостиница" — третий (внешний) уровень.

Продукт "гостиница" можно схематично представить в виде еще одной модели — ядра, окруженного тремя кольцами (четы­ре уровня гостиничного продукта) (рис. 14).

****

*Рис. 14. Четыре уровня продукта "гостиница"*

Ядро — родовой продукт, включающий базовые умения и ресурсы, необходимые для участия в рыночном процессе. В слу­чае с гостиничным продуктом в качестве ядра выступают от­дельные услуги.

Для названия кольца, непосредственно окружающего ядро, используется термин "ожидаемый продукт", употребляемый для обозначения услуг, удовлетворяющих минимальные ожидания клиентов. Он включает в себя то, что непременно сопутствует родовому продукту: время и условия обслуживания, интерьер номеров, холлов и других помещений, внешний вид персонала, цены и т.д.

Следующий круг обозначен как "расширенный продукт". Его составляют те дополнительные преимущества, связанные с его приобретением и потреблением, которые отличают данный про­дукт от рыночных аналогов. Для гостиничного продукта в ка­честве дополнительных преимуществ чаще всего выступают ком­поненты месторасположения, которые со временем перестают рассматриваться как дополнительные и становятся частью ожи­даемого продукта.

Последний внешний круг называется "потенциальным про­дуктом". В отличие от расширенного продукта, который фикси­рует только то, что уже сделано, он содержит все, что потенци­ально достижимо и реализуемо в перспективе для привлечения и удержания гостей. Преуспевающие гостиничные предприятия находятся в постоянном поиске новой концепции обслуживания.

К **особенностям гостиничных услуг** относятся:

1. Неодновременность процессов производства и потребления.

2. Ограниченная возможность хранения.

3. Срочный характер.

4. Широкое участие персонала в производственном процессе.

5. Сезонный характер спроса.

6. Взаимозависимость гостиничных услуг и цели путешес­твия (поездки).

***Неодновременность процессов производства и потребления гостиничных услуг.*** В отношении предоставляемого в гостинице ком­плекса услуг не в полной степени действует такая общая для услуг характеристика, как одновременность, неразрывный ха­рактер процессов производства и потребления. Отдельные гостиничные услуги не связаны с присутствием клиента. Например, уборка и подготовка номера к продаже не совпадает по месту и времени с моментом продажи номера в службе рецепции и непос­редственным заселением клиента. Неодновременность характери­зует и услуги питания: в большинстве случаев приготовление блюд проходит в ином месте и в иное время, отличное от про­цессов сервировки и подачи, которые осуществляются частично в присутствии клиента. Для гостиничного предприятия подоб­ное разделение процессов является необходимостью. Непосредст­венному обслуживанию здесь должно предшествовать выполне­ние подготовительных услуг, предназначенных для того, чтобы в определенный момент удовлетворить возникший спрос.

***Ограниченная возможность хранения.*** Комплекс гостиничных услуг в целом не может быть сохранен для дальнейшей прода­жи. Если на текущие сутки гостиничный номер остается непро­данным, то его невозможно продать дополнительно за эти сут­ки. Это же относится к услугам питания. Даже если материаль­ные услуги типа "блюда и напитки" в некоторой степени (на допустимый срок реализации) могут храниться, то сервис, свя­занный с их реализацией, будет не востребован и не оплачен.

***Срочный характер гостиничных услуг.*** Специфика гостинич­ных предприятий состоит в том, что проблемы, касающиеся обслуживания, должны решаться быстро. Данный фактор наряду с месторасположением является, наиболее значимым при выборе гостиницы. Время предоставления ряда гостиничных услуг из­меряется даже секундами. Из современных самое быстрое об­служивание предлагает гостиница в городе Токио, в которой мак­симальное время, необходимое на оформление при заезде гостя, оплату, получение ключей и прочее, ограничено 45 секундами. В большинстве других гостиниц на совершение аналогичных опе­раций предоставляется 10—15 минут.

***Широкое участие персонала в производственном процессе.*** Важной особенностью гостиничных услуг, отличающей их прежде всего от услуг промышленности, где в большей степени используются машины и автоматы, является широкое участие людей в произ­водственном процессе. Вовлечение человеческого фактора оказы­вает сильное влияние на неоднородность, изменчивость качества и связанный с ними недостаток стандартизации, что представляет одну из важнейших проблем в сфере развития гостиничных услуг. Для решения этой проблемы на многих гостиничных предприя­тиях разрабатываются *стандарты обслуживания —* комплекс обя­зательных для исполнения правил обслуживания клиентов, кото­рые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций. Стандарт определяет критерии, по которым оценивается уровень обслуживания клиентов и дея­тельность персонала любой службы гостиничного предприятия. К таким критериям в большинстве случаев относят следующие:

• время ответа на звонок о получении информации или бро­нировании (15, 20, 30 секунд);

• время оформления в службе размещения. Независимо от массовости заезда клиенты не должны стоять в очереди более установленного на конкретном гостиничном предприятии вре­мени (5, 10, 15 минут);

• время, затрачиваемое на оказание конкретной услуги. Нап­ример, багаж доставляется в номер не позднее 3 минут после заселения клиента; стирка и чистка личных вещей проживаю­щих укладывается в сутки и т.д.;

• внешний вид и наличие униформы;

• знание иностранных языков персоналом обслуживания и т.д.

***Сезонный характер спроса на гостиничные услуги.*** Для рынка гостиничных услуг характерно колебание спроса в зависимости от времени года (большинство туристов отдыхают в летние меся­цы), а также дней недели (деловые туристы размещаются в гостини­це в будни), что в значительной степени влияет на загрузку гостиниц.

***Взаимозависимость гостиничных услуг и цели путешествия (поездки).*** Решение гостя посетить определенное место обычно основывается не на факторе наличия в этом месте конкретной гостиницы, а принимается совсем по другим причинам: возмож­ность развлечься, отдохнуть, заняться спортом, принять лечеб­ные ванны и т.д. Человек, планирующий свою поездку во время отпуска, выбирает сначала определенное место посещения или регион, возможно, целую страну. Только после этого он заду­мывается о выборе подходящего гостиничного предприятия или другого средства размещения. Однако такая последовательность в выборе действует не всегда. Все может происходить и в обрат­ном порядке, если человек из собственного опыта знаком с оп­ределенной гостиницей.

## Классификация гостиниц

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

1. Уровень комфорта.

2. Вместимость номерного фонда.

3. Функциональное назначение.

4. Месторасположение.

5. Продолжительность работы.

6. Обеспечение питанием.

7. Продолжительность пребывания.

8. Уровень цен.

По *месторасположению* гостиницы могут быть:

1) расположенные в черте города (в центре, на окраине). Центральными являются практически все гостиницы делового назначения, отели-люкс, гостиницы среднего класса;

2) расположенные на морском побережье. В данном случае очень важным является расстояние до моря (50 метров, 100, 150, 200, 250, 300);

3) расположенные в горах. Обычно это небольшие гостини­цы в живописной горной местности на туристском маршруте в наиболее удобном месте отдыха. В горной гостинице, как пра­вило, содержится необходимое снаряжение для летнего и зим­него отдыха ее гостей, например альпинистский и горнолыж­ный инвентарь, подъемники и др.

По *продолжительности работы* гостиницы подразделяются на:

1) работающие круглогодично;

2) работающие два сезона;

3) односезонные.

По *обеспечению питанием* различают:

• гостиницы, обеспечивающие полный пансион (размеще­ние + 3-разовое питание);

• гостиницы, предлагающие размещение и только завтрак.

По *продолжительности пребывания* гостей различают гости­ницы:

1) для длительного пребывания клиентов;

2) для кратковременного пребывания.

По *уровню цен* на номера гостиницы классифицируют на:

• бюджетные (25—35 долларов США);

• экономичные (35—55 долларов США);

• средние (55—95 долларов США);

• первоклассные (95—195 долларов США);

• апартаментные (65—125 долларов США);

• фешенебельные (125—425 долларов США).

Гостиничные предприятия также можно классифицировать по связи с особыми средствами передвижения (транспорта), по виду собственности и т.д. Однако на первое место при класси­фикации гостиниц выходит несомненно уровень комфорта.

### Уровень комфорта

Классификация гостиничных предприятий по уровню ком­форта играет огромную роль в решении вопросов управления качеством гостиничных услуг. Уровень комфорта — это ком­плексный критерий, слагаемыми которого являются:

• состояние номерного фонда: площадь номеров (м2), доля одноместных (однокомнатных), многокомнатных номеров, но­меров-апартаментов, наличие коммунальных удобств и т.д.;

• состояние мебели, инвентаря, предметов санитарно-гигиенического назначения и т.п.;

• наличие и состояние предприятий питания, ресторанов, кафе, баров и т.п.;

• состояние здания, подъездных путей, обустройство приле­гающей к гостинице территории;

• информационное обеспечение и техническое оснащение, в том числе наличие телефонной, спутниковой связи, телевизо­ров, холодильников, мини-баров, мини-сейфов и т.д.,

• обеспечение возможности предоставления ряда дополни­тельных услуг.

Указанные параметры оцениваются практически во всех име­ющихся сегодня системах классификации гостиниц. Кроме то­го, ряд требований предъявляется к персоналу и его подготовке: образованию, квалификации, возрасту, состоянию здоровья, зна­нию языков, внешнему виду и поведению.

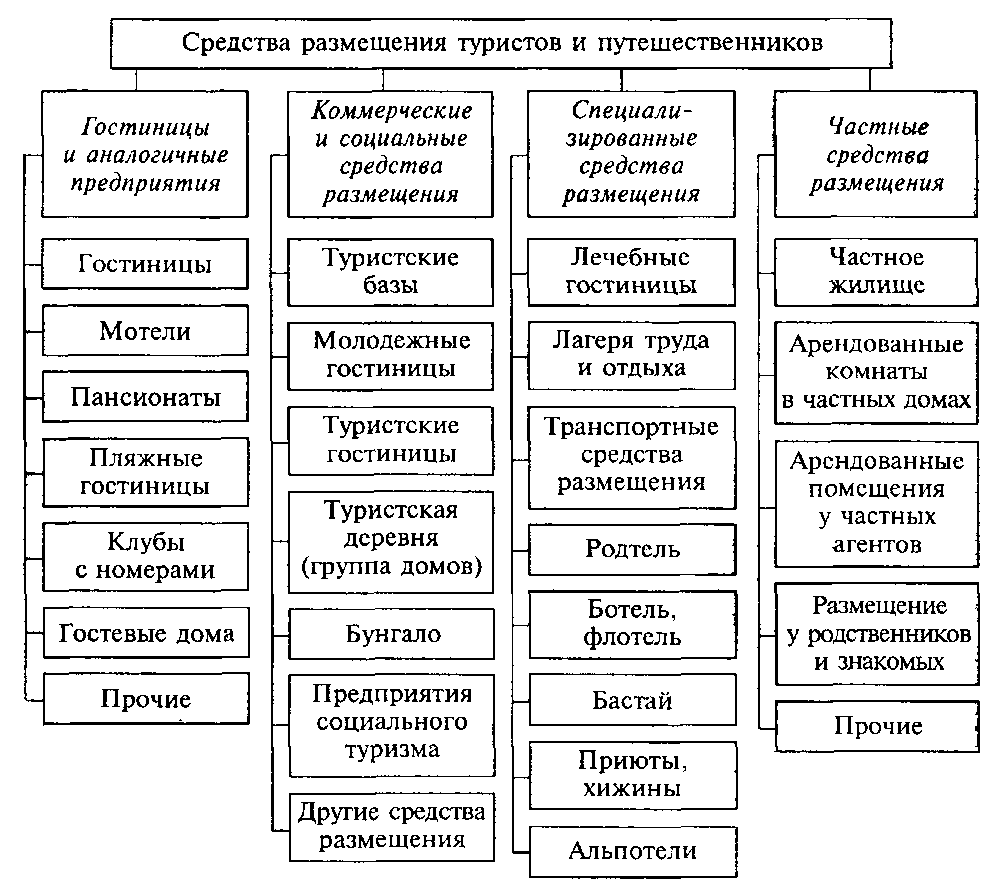
Установление уровня комфорта в настоящее время лежит в основе более тридцати систем классификации, наиболее рас­пространенными среди которых являются следующие:

• европейская, или, как часто ее называют, система "звезд", базирующаяся на Французской национальной системе классифи­кации, в основе которой лежит деление гостиниц на категории от одной до пяти звезд. Такая система применяется во Франции, Австрии, Венгрии, Египте, Китае, России и ряде других стран;

• система букв (А, В, С, D), используемая в Греции;

• система "корон", применяемая в Великобритании;

• система разрядов (люкс, высший А, высший Б, первый, второй, третий, четвертый), используемая на территории бывшего СССР.

****

*Рис. 1.5. Классификация средств размещения, рекомендуемая ВТО*

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 государств, препятствуют введению в мире единой классифика­ции гостиниц. В этом направлении остается сегодня безрезуль­татной деятельность Всемирной туристской организации (ВТО), Комитета гостиничной и ресторанной индустрии ЕС, Междуна­родной гостиничной ассоциации (МГА). ВТО предложена толь­ко стандартная классификация средств размещения, в которой гостиницы и аналогичные предприятия представляют одну из четырех больших групп (рис. 15).

На европейском гостиничном рынке имеется единая сис­тема стандартизированной информации (SIS — Standardized Information System), принятая 23 декабря 1986 года Советом Министров Европейского сообщества, состоящая из огромного количества пиктограмм (условных рисунков) (рис. 16). Цель системы стандартизированной информации состоит в том, чтобы облегчить туристам пребывание в Европе, преодолеть существу­ющие проблемы в чтении путеводителей, каталогов, проспектов, связанных с предприятиями размещения. Эта система удобна и имеет ряд преимуществ. Она объективна, информативна, легка в управлении, поддается контролю посредством использования существующего законодательства по защите интересов потреби­телей, не допускающего применения вводящих в заблуждение трактовок.

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 Французская национальная классификация введена на основании Постановления Министерства торговли по делам ремесленников и туризма № 66.371 от 13.07.1966 года. Классификация гостиниц в Россий­ской Федерации осуществляется на основании государственно­го стандарта РФ — ГОСТ Р 50645-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц".

При втором подходе разработкой, проведением и контролем занимаются профессиональные объединения и союзы. Напри­мер, в Германии эти процессы осуществляет Объединение гос­тиничных и ресторанных хозяйств (DEHOGA), в Швейцарии — Швейцарский союз владельцев гостиниц.

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 тур­агентств*** *—* "British Travel Authority" (BTA):

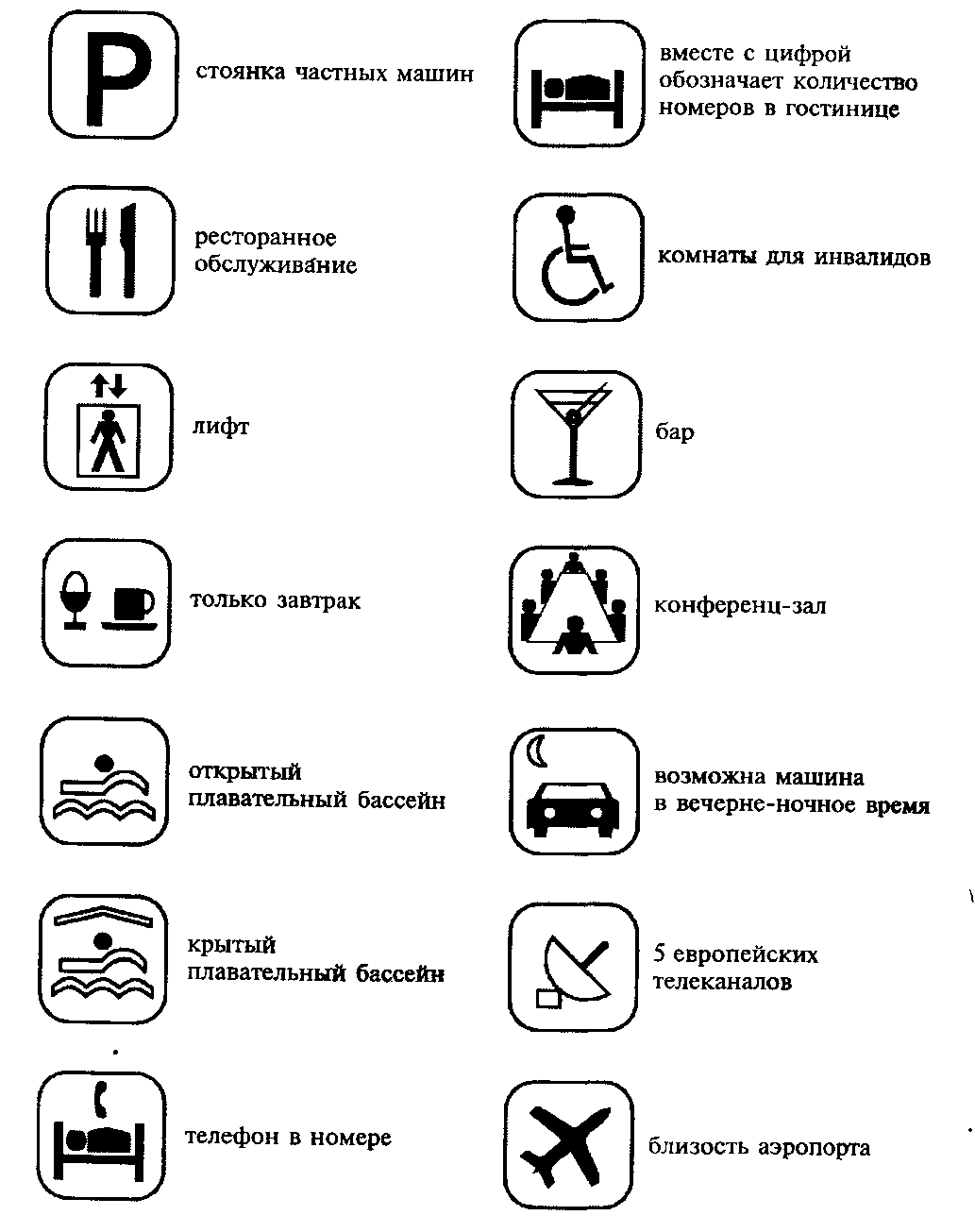
• бюджетные гостиницы — расположены в центральной части города и имеют минимум удобств;

• гостиницы туристского класса — в структуре обязательно наличие ресторана и бара;

• гостиницы среднего класса — уровень обслуживания дос­таточно высок;

• гостиницы первого класса — очень высокое качество ком­форта и отличный уровень обслуживания;

• гостиницы высшей категории — уровень обслуживания и проживания экстра-класса.

****

*Рис. 16. Пиктограммы гостиничного сервиса*

Наиболее распространенной считается ***Французская нацио­нальная классификация****,* устанавливающая для туристских отелей шесть категорий, среди которых пять с присвоением определен­ного количества звезд (1\*, 2\*, 3\*, 4\*L или 5\*), одна категория без звезды. 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.

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 — \*\*\*\*\*.

Следует отметить, что попытки определить соответствие с системой "звезд", иногда носящие чисто условный характер, ха­рактерны и для ряда других систем (букв, "корон", категорий). Так, в Греции гостиницы категории А соответствуют четырех­звездочному уровню, В — трехзвездочному, С — двухзвездочному, D — однозвездочному. В Италии первая категория условно соответствует уровню четырех звезд, вторая — трех, третья — двух. Для того чтобы гармонизировать систему "корон", исполь­зуемую в Великобритании, с системой "звезд" необходимо от общего числа "корон" отнять одну "звезду" (например, уровень четырех "корон" равен уровню трех "звезд").

Рассмотренная выше классификация гостиниц, предложен­ная Ассоциацией британских турагентств, которая считается в Великобритании наиболее распространенной, также предусмат­ривает подобное соответствие:

бюджетные гостиницы — \*;

гостиницы туристского класса — \*\*;

гостиницы среднего класса — \*\*\*;

гостиницы первого класса — \*\*\*\*;

гостиницы высшей категории — \*\*\*\*\*.

Немецкая классификация устанавливает требования по двад­цати двум обязательным и независимым от класса предприятий критериям:

1. Работа службы приема (рецепции).

2. Сервис завтраков.

3. Сервис напитков.

4. Сервис питания.

5. Наличие телефона в номере.

6. Работа телефона.

7. Минимальная площадь для 75% номеров, включая пло­щадь санузла.

8. Санитарный комфорт (в процентах к общему оснащению санузлов).

9. Оснащение санузлов.

10. Наличие «suite-номеров (номеров-апартаментов).

11. Меблировка и оснащение номеров.

12. Наличие радио и ТВ-приемников в номере.

13. Наличие подарков для гостей.

14. Услуги стирки и глаженья.

15. Наличие сейфов.

16. Количество и состояние холлов.

17. Возможность безналичного расчета.

18. Наличие телефакса.

19. Количество и режим работы гостиничных баров.

20. Количество и режим работы ресторанов.

21. Возможность проведения конференций и банкетов.

22. Число дополнительных (факультативных) услуг.

По последнему требованию установлено следующее число дополни­тельных услуг: для гостиниц класса люкс — 270, первого — 120, комфортного — 70, стандартного — 25, туристского — 0.

Особенностью Немецкой классификации является то, что в ней предусмотрены категории и для таких типов гостиничных предприятий, как пансионы, гостиные дворы, отели-гарни. При установлении соответствующих категорий для этих типов отсут­ствуют такие обязательные критерии, как "Ресторан", "Сервис питания", а требуемое число факультативных критериев намно­го меньше: для первого класса — 90, комфортного — 50, стан­дартного — 15. Кроме того, указанным типам предприятий мак­симально может быть присвоен первый класс (\*\*\*\*).

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.

Собственный подход к классификации гостиниц имеют ***гости­ничные цепи.*** Обычно в них выделяются не категории, а марки, распространяющиеся на все гостиницы конкретной цепи. В каж­дой марке может учитываться не только уровень комфорта, но и назначение, месторасположение и некоторые другие критерии. Например, крупнейшая европейская гостиничная цепь Ассоr (Франция) предлагает несколько марок предприятий, распола­гающих разнообразной палитрой услуг и цен:

• Sofitel;

• Novotel;

• Mercury, которая, в свою очередь, по уровню комфорта и цен подразделяется еще на 3 группы:

Relais Inn — предлагает стандартные номера, качествен­ное обслуживание по умеренным ценам;

Hotel Mercury — услуги более высокого уровня, индиви­дуальное обслуживание, комфортабельное размещение;

Grand Hotel — прекрасное расположение гостиницы, изыс­канный комфорт и высокий уровень обслуживания кругло­суточно;

• Ibis;

• Etap;

• Formule 1.

С учетом конъюнктуры рынка гостиничная цепь Ассоr объе­диняет ряд гостиничных предприятий, независимо от их марки, с целью обслуживания определенных сегментов туристского рын­ка. Например, некоторые гостиницы марки Novotel и Mercury входят в группу Atria, которая специализируется на приеме и обслуживании конгрессов, выставок и других профессиональ­ных встреч и мероприятий. Другая группа гостиниц имеет в своем названии знак "Goralia", что означает "курортная гостиница".

Крупнейшая американская гостиничная цепь "Holiday Inn" при выделении марок учитывает не только уровень комфорта, но и назначение, месторасположение, длительность пребыва­ния клиентов и некоторые другие критерии. Она предполагает следующие марки:

— Garden Court — гостиницы экономического класса;

— Holiday Inn Express — гостиницы квартирного типа (апарт-отели);

— Holiday Inn San Spri Resorts — курортные гостиницы для лиц с высокими доходами;

— Holiday Inn Select — гостиницы для деловых людей;

— Holiday Inn Hotels e.t.c. — гостиницы, десять процентов номерного фонда которых представляют апартаменты для дело­вых людей, но с длительным пребыванием.

В ряде случаев названия марок гостиниц не дают потребителю соответствующей информации, вследствие чего туроператоры стали проводить условное соотношение каждой марки определенному количеству звезд по европейской системе. В случае с гостиничной цепью "Ассоr" это выглядит следующим образом: Sofitel — 5 звезд, Novotel — 4, Mercury — 3, Ibis — 2, Etap — 1, Formule 1 — без звезды.

### Классификация гостиниц в РФ

В России до 1994 года классификация гостиниц осуществля­лась в соответствии с "Положением об отнесении гостиниц к разрядам и номеров в гостиницах к категориям", утвержденным Постановлением Госкомцен СССР от 2.03.1979 года № 154. 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.

Обязательным условием присвоения разрядов являлось соб­людение предусмотренных Положением минимальных требова­ний, объединенных в следующие группы:

• общие требования;

• коммунальное оборудование здания;

• лифт;

• информационные услуги;

• общественное питание;

• характеристика номерного фонда;

• торговое и бытовое обслуживание;

• банковские услуги, сберкасса и пункт обмена валюты;

• медицинский пункт с круглосуточным дежурством мед­персонала, аптечный киоск;

• культурно-спортивное обслуживание.

В 1994 году в РФ 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 подразделяются на пять категорий с присвоением от одной до пяти звезд, мотели — на четыре категории с присвое­нием от одной до четырех звезд.

Минимальные требования к гостиницам (мотелям) различ­ных категорий, предусмотренные данным стандартом, объеди­нены в следующие группы:

1. Здание и прилегающая к нему территория (вывеска, вход для гостей, автостоянка).

2. Техническое оборудование (аварийное освещение и энер­госнабжение, водоснабжение, кондиционирование воздуха, внут­реннее радиовещание, лифт, телефонная связь из номера, теле­фоны коллективного пользования).

3. Номерной фонд: доля мест в одно-, двухместных номерах, наличие многокомнатных номеров (апартаментов), площадь но­меров, наличие и площадь санузлов в номерах.

4. Техническое оснащение (двери и замки, охранная сигна­лизация, средства контроля за безопасностью, звукоизоляция, освещение, электророзетки, отопление, наличие регулятора кон­диционирования воздуха, телефонного аппарата, таймера, радио­приемника, телевизора, холодильника, мини-бара, мини-сейфа).

5. Оснащение мебелью и инвентарем (минимальные разме­ры кроватей, наличие комплекта постельных принадлежностей и белья, прикроватного коврика, ковров и ковровых покрытий пола, прикроватной тумбочки, шкафа, вешалки для верхней одеж­ды и головных уборов, стульев, кресел, столов (письменного, журнального), полки для багажа, подставки под телевизор, плот­ных занавесей (или жалюзи), обеспечивающих затемнение по­мещения, зеркала, щеток (одежной, сапожной), комбинирован­ного ключа (для открывания бутылок), графинов, стаканов, на­бора посуды для мини-бара, пепельниц, информационных материалов в номере (в том числе и на иностранных языках), набора письменных принадлежностей (конвертов, почтовой бу­маги, ручки, карандаша), противопожарной инструкции, инструкции о действиях в экстремальных условиях, характерных для данного места (оползни в горах, землетрясение и т.д.).

6. Инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснаще­ния номера (наличие зеркала и полки для туалетных принадлеж­ностей, занавески в ванной, коврика, фена, полотенцедержателя, крючков для одежды, полотенец (на каждого гостя), махро­вой простыни, банной шапочки (на каждого гостя), банных тапочек (на каждого гостя), туалетных принадлежностей, салфеток, туалет­ной бумаги, крышки и щетки для унитаза, корзин для мусора, пакетов для предметов гигиены, прачечной, химчистки).

7. Санитарные объекты общего пользования (туалеты, обо­рудование туалетов, ванных комнат, душевых).

8. Общественные помещения (наличие мебели, специальных напольных покрытий, ковров и ковровых покрытий, декоратив­ного озеленения, художественных композиций, музыкального вещания, газет, журналов, сейфа для хранения ценностей, гарде­роба в вестибюле, гостиных, помещений для просмотра телепе­редач, залов для культурных (деловых) мероприятий с оборудо­ванием для синхронного перевода, аудио- и видеоаппаратурой, бизнес-центра, спортивно-оздоровительного центра, плаватель­ного бассейна, медицинского кабинета, парикмахерской, ком­нат бытового обслуживания, магазинов, торговых киосков и т.д.).

9. Помещения для предоставления услуг питания (рестора­ны, кафе, бары).

10. Услуги (работа службы приема, услуги швейцара, под­носка багажа, утренняя побудка, уборка номера и кроватей гор­ничной, вечерняя подготовка номера, смена постельного белья и полотенец, стирка и глаженье, химчистка, мелкий ремонт одеж­ды, чистка обуви, почтовые и телеграфные услуги, вручение кор­респонденции гостям, машинопись, копирование документов, услуги секретаря, стенографиста, посыльного, предоставление в пользование компьютеров, электронных средств связи, видео-, аудиооборудования, хранение ценностей в сейфе администра­ции, хранение багажа, обмен валюты, организация встреч и про­водов, вызов такси, прокат автомобилей, парковка (персоналом гостиницы) и подача из гаража (стоянки) к подъезду автомоби­ля гостя, техническое обслуживание автомобилей гостей, бро­нирование билетов на различные виды транспорта, бронирование и/или продажа билетов в театры, на спортивные, зрелищ­ные мероприятия, туристские и медицинские услуги).

11. Услуги питания (обслуживание, возможность выбора лю­бого из вариантов предоставляемого питания (завтрак, двухра­зовое питание, трехразовое питание), работа одного кафе или бара в любое время суток, время предоставления завтрака, бро­нирование мест в ресторане, обслуживание в номере).

12. Требования к персоналу и его подготовке (наличие пись­менных стандартов для персонала, квалификация, знание инос­транных языков, медицинские требования, внешний вид, тре­бования к поведению).

### Вместимость номерного фонда

Под вместимостью номерного фонда понимается число мест (номеров), которое может быть предложено клиентам одновре­менно. Общепринятого подхода к определению вместимости малых, средних и больших гостиниц в настоящее время нет. В каждой стране к нему подходят по-разному, учитывая конкретные особенности социально-экономического и исторического разви­тия. Ежегодный сборник "Малые гостиницы мира класса люкс включает как отели с 10 номерами, так и отели с 200 номерами. Пытаясь решить данную проблему, ВТО рекомендует понимать под малой гостиницу с количеством номеров до 30, одновременно отмечая, что это определение является приоритетом каждой от­дельной страны. Для региона Европы типичны небольшие гос­тиницы (например, в Германии малой считается гостиница вмес­тимостью до 40 мест, средней — 40—80 мест, большой — свыше 80 мест), а для Америки и быстро развивающегося гостинично­го рынка Азии — гостиницы большой вместимости.

Многие страны используют следующий подход к классифи­кации гостиниц по вместимости:

• малые — вместимостью до 150 мест (не более 100 номеров);

• средние — 150—400 мест (до 300 номеров);

• большие — свыше 400 мест (свыше 300 номеров). Вместимость других функциональных частей гостиничного комплекса, в частности ресторана, кафе, бара, определяется:

• вместимостью номерного фонда;

• назначением гостиницы;

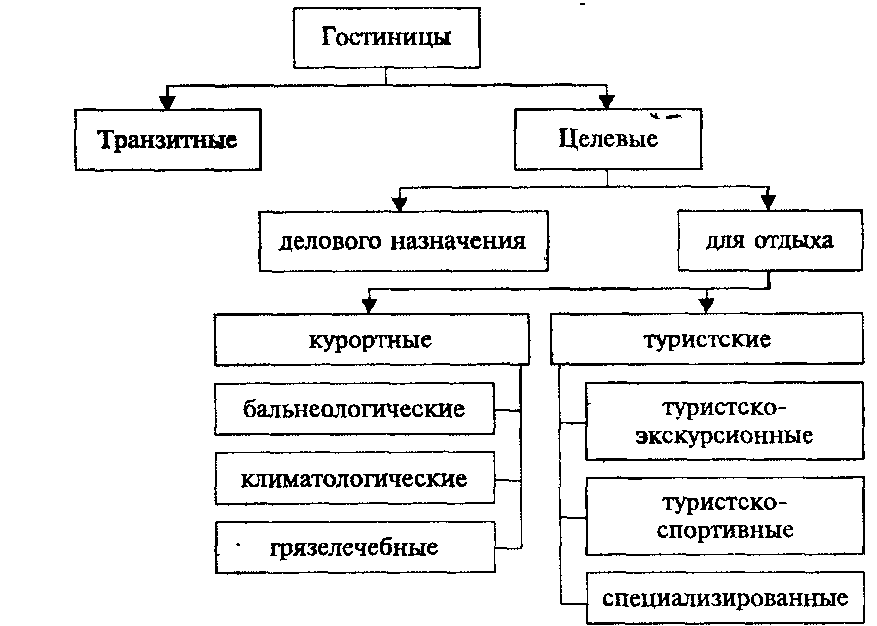
• наличием подобных предприятий в прилегающей зоне.

### Функциональное назначение гостиничного предприятия

Исходя из данного критерия выделяют две большие группы пред­приятий (рис. 17):

1. Транзитные гостиницы.

2. Целевые гостиницы.

****

*Рис. 17. Классификация гостиниц по назначению*

***Транзитные гостиницы*** предназначены для обслуживания турис­тов в условиях кратковременной остановки. Обычно они располага­ются вдоль магистралей с большим движением (на железнодорож­ной, авиа-, авто-, водных). Проектируются малой или средней вмес­тимости с ограниченным уровнем комфорта. В этой группе наибольшую популярность и широкое распространение в мире по­лучил такой тип гостиниц, как *мотели.*

Первые мотели появились в США, и национальная статистика этого государства определяет их как учреждения для приема ту­ристов, путешествующих на автомобиле. Мотели представляют собой простые одноэтажные или двухэтажные сооружения малой или средней вместимости (до 400 мест), расположенные вне городской застройки, у автомагистралей. Для них характерен средний уровень обслуживания при небольшом количестве персо­нала (американская норма обслуживания — 11 человек на 100 но­меров). Кроме того, предусмотрен полный комплекс технического сервиса: гаражи, стоянки для автомобилей, станции для заправ­ки и ремонта и другие услуги.

Первый мотель был построен калифорнийским архитектором Артуром Хайнеманом в 1925 году в Сан-Луис Обиспо (штат Кали­форния) — в городке, расположенном примерно в 200 милях от Лос-Анджелеса. В те дни до этого места приходилось ехать почти целый день. Хайнеман спроектировал свой мотель таким обра­зом, что гости могли подъезжать к дверям своих одноэтажных бунгало или к прилегающему к бунгало гаражу. Таких бунгало было всего 40, и они стояли вокруг внутреннего двора,

Как новая самостоятельная гостиничная концепция мотели получили развитие лишь в 50-е годы. В 1952 году мотель был построен основателем цепи "Holiday Inn" Кеммонсом Уилсоном. Рост числа и популярности мотелей создали значительную напряженность в отношениях между владельцами существовав­ших в 50-е годы предприятий размещения. Предпочтение, отда­ваемое клиентами мотелям, делало многие небольшие традици­онные гостиницы неконкурентоспособными. Некоторые были вынуждены прекратить свою деятельность. В отдельных случаях конкурентная борьба приобретала драматический характер. При­знание наступило только в 60-х годах, когда владельцы тради­ционных отелей восприняли новую концепцию с полным осоз­нанием ее необходимости в гостиничной индустрии США, что нашло отражение в принятии владельцев мотелей в Американ­скую ассоциацию мотелей и гостиниц.

***Целевые гостиницы*** подразделяются на:

1. Гостиницы делового назначения, обслуживающие лиц, пре­бывающих в деловых поездках и командировках. Гостиницы этой группы наиболее известны как гостиницы для конгрессного об­служивания: обслуживания симпозиумов, съездов, собраний, кон­ференций и т.д.

2. Гостиницы для отдыха (курортные, туристские).

***Гостиницы делового назначения.*** Начало развитию концепции "гостиницы делового назначения" было положено в США открыти­ем в 1908 году Элсвортом Статлером гостиницы "Буффало Статлер", предназначенной для обслуживания бизнесменов и коммерсантов. В настоящее время эта концепция является одной из ведущих на рынке гостиничных услуг, что во многом объясняется особеннос­тями сложившегося на гостиничное размещение спроса:

свыше 50 % совершаемых поездок составляют деловые;

на поездки с целью отдыха и лечения приходится около 40 %;

поездки с остальными целями (поиски работы, посещение друзей и т.д.) составляют около 10 %.

Важность деловых клиентов для гостиничных предприятий обусловлена рядом причин:

1. Деловые люди — участники конференций, симпозиумов, форумов и т.д., как правило, имеют большой достаток, в связи с чем они не только оплачивают свое проживание, но и активно пользуются дополнительными услугами: прачечной, парикма­херской, массажными кабинетами, бассейном, спортивными ком­плексами, казино, прокатом автомобилей и т.д. Кроме того, де­ловые люди часто размещаются в гостиницах с членами своих семей (детьми, супругами), которые не связаны с деловой про­граммой, но активно участвуют в развлекательной. Все это в итоге значительно повышает доходы гостиниц.

2. Ориентация на обслуживание деловых людей позволяет гостиницам наиболее точно проводить предварительное брони­рование мест, прогнозировать загрузку материальной базы.

3. Создаются прекрасные возможности для повторных при­ездов. Будучи связанными с деловым мероприятием, люди не­посредственно получают информацию о самой гостинице, пред­лагаемых услугах, их качестве и т.д. В случае удовлетворения они обязательно поделятся информацией и порекомендуют эту гостиницу своим друзьям и знакомым, а также сами непремен­но воспользуются ее услугами еще раз.

4. Обслуживание деловых людей позволяет гостиницам уве­личить загрузку в период межсезонья и т.д.

Для обслуживания деловых людей должны быть созданы со­ответствующие условия, в связи с чем к гостиницам делового назначения предъявляются следующие требования:

• месторасположение вблизи административных, обществен­ных и других центров городов и поселений;

• преобладание в номерном фонде одноместных номеров;

• обязательная организация в номере, наряду с зоной отды­ха и сна, рабочей зоны;

• наличие в номерном фонде номеров-апартаментов, необ­ходимых для обслуживания в случаях размещения деловых лю­дей с членами своих семей;

• наличие специальных помещений для проведения деловых мероприятий: конференц-залов (желательно различной вмести­мости), переговорных комнат, помещений для экспозиции и т.д.;

• наличие специального технического оборудования: для син­хронного перевода, всевозможных видов связи и оргтехники;

• наличие служб финансового обеспечения: отделений бан­ков, пунктов обмена валюты и т.д.;

• обеспечение возможности предоставления высококачес­твенного питания: наличие ресторанов европейской и нацио­нальной кухонь, кафе и баров высших категорий, а также дос­тавка питания в номера;

• оборудование стоянок и гаражей для транспортных средств и т.д.

***Курортные гостиницы.*** Концепция "курортной гостиницы" предусматривает предоставление размещения, питания и ряда дополнительных услуг людям, стремящимся к отдыху и вос­становлению здоровья. Наиболее популярным местом размеще­ния курортных гостиниц являются территории, предоставляю­щие возможности для отдыха и лечения в естественных клима­тических и природных условиях: на морских побережьях, в горных районах и т.д. Специалисты полагают, что предприя­тия—прообразы современных курортных гостиниц начали свое развитие со II века н.э. — времени появления древнеримских бань с минеральными источниками, служащими местом отдыха и роскошных банкетов высшего общества.

В структуре курортных гостиниц в обязательном порядке дол­жны быть предусмотрены помещения для оказания медицинских услуг лечебно-профилактического характера, предоставления дие­тического питания, занятия спортом и активным отдыхом и др.

Важнейшие проблемы, с которыми сталкиваются курортные гостиницы, обусловлены сезонностью спроса, что в значительной степени сказывается на загрузке их материальной базы. Многие курорты являются сезонными по своей сути (например, зимние или летние курорты). Продолжительность периода активного функционирования может варьироваться от 90 до 180 дней, что часто зависит от климатических и ряда других факторов. С целью выравнивания загрузки в период межсезонья в последние годы многие курортные гостиницы стали стремиться к созданию но­вых рынков, в частности, все большее внимание этих гостиниц обращено на обслуживание делового туризма.

Сезонность спроса на гостиничные услуги порождает и ряд других проблем, особой из которых является найм и сохранение квалифицированной рабочей силы. Как правило, сезонный харак­тер найма рабочей силы в курортных гостиницах ослабляет влия­ние таких важнейших мотивационных факторов, как продвиже­ние по служебной лестнице и возможность сделать карьеру. Во многих случаях вопросы мотивации здесь трудноразрешимы, и часто происходит так, что администрация гостиницы вынужде­на нанимать каждый сезон на работу новую группу служащих, что влечет значительные расходы на их профессиональную под­готовку.

Еще одну группу серьезных проблем представляет обеспечение сохранности и поддержание здания и оборудования в надлежащем состоянии в несезонный период, когда гостиница закрыта. Для решения этих проблем в зарубежной практике избрали путь исполь­зования сложной электронной аппаратуры, позволяющей сократить штат охраны без потери эффективности охранных мероприятий.

***Туристские гостиницы.*** Сущность концепции "туристской гос­тиницы" сводится к следующему:

• туристская гостиница, как правило, располагается на ту­ристских маршрутах и принимает клиентов с этих маршрутов;

• комплекс услуг, предлагаемых в туристской гостинице, фор­мируется в соответствии с программой маршрута и заранее оп­ределяется ваучером или путевкой;

• для организации обслуживания в структуре туристской гос­тиницы предусмотрены турбюро или бюро путешествий и эк­скурсий.

В период существования СССР концепция "туристской гос­тиницы" была ведущей на рынке гостиничных услуг В связи с серьезными изменениями, произошедшими в последнее время, она потеряла свою актуальность, а развивавшие эту концепцию предприятия, несмотря на сохранение в своей структуре бюро путешествий и экскурсий, стали ориентироваться на обслужи­вание других сегментов рынка.

В зарубежной практике в группе туристских гостиниц наи­большее распространение получили гостиницы спортивного наз­начения, представляющие туристам широкие возможности для занятия различными видами спорта (гольф-отели, отели для плов­цов, отели с теннисными кортами и т.д.).

### Классификация гостиничных номеров

Гостиничные номера классифицируют:

• по числу мест;

• количеству комнат;

• назначению.

По *числу мест* различают номера одноместные, двухместные, трехместные и т.д.

Одноместный номер в гостинице, мотеле представляет более дорогую категорию размещения одного посетителя.

Двухместный номер предназначен для одновременного про­живания двух посетителей. В двухместном номере могут быть две кровати, стоящие раздельно или стоящие рядом, а также одна двухспальная кровать. В этом случае двухместный номер используется для размещения супружеских пар.

По *количеству комнат* имеются однокомнатные номера, двух­комнатные, трехкомнатные и т.д.

По *назначению* различают номера бизнес-класса, эконом-класса, номера-апартаменты и т.д.

Номера бизнес-класса предназначены для размещения лиц, пребывающих в деловых поездках и командировках. Помимо стандартной обстановки номера здесь должны быть созданы ус­ловия для работы, а именно: должен быть рабочий стол, теле­фон, факс, компьютер и т.д.

Номера экономического класса — номера для размещения широкого контингента клиентов. Отличаются скромной недо­рогой обстановкой и оборудованием, что прежде всего отража­ется на невысокой цене размещения.

Номера-апартаменты —2, 3, 4 -комнатные номера, предназна­ченные, как правило, для долгосрочного размещения семей. В сос­таве комнат номера-апартамента обязательно должна быть кухня с необходимым набором бытовой техники (кофеваркой, микровол­новой печью, миксером и т.д.), что позволяет обеспечить практичес­ки домашние условия пребывания.

Различают также такую категорию номеров, как люкс-апарта­менты — 3,4-комнатные номера с жилой площадью не менее 45 м2, в составе которых кухня может отсутствовать. Это наиболее доро­гая категория номеров. В зарубежной практике известны как "suite"-номера.

# **ТЕМА 7. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИТАНИЯ**

## Классификация предприятий питания

Для классификации предприятий питания туристской ин­дустрии используется ряд критериев, наиболее важными среди которых являются:

1. Характер торгово-производственной деятельности.

2. Месторасположение.

3. Контингент обслуживаемых клиентов (гостей).

4. Ассортимент продукции (специализация).

5. Вместимость.

6. Форма обслуживания.

7. Время функционирования.

8. Уровень обслуживания.

***Характер торгово-производственной деятельности.*** Является главным критерием, в зависимости от которого все предприя­тия питания подразделяют на следующие типы:

• ресторан;

• кафе;

• бар;

• буфет;

• закусочная;

• столовая и др.

Для каждого типа предприятий питания по этому признаку классификации характерны соответствующий ассортимент блюд и напитков, применяемые формы обслуживания, местораспо­ложение, обслуживаемый контингент клиентов — сочетания дру­гих критериев классификации.

*Ресторан —* предприятие питания, предоставляющее гостям широкий ассортимент блюд, напитков, кондитерских изделий, в том числе фирменных и сложного приготовления. Высокий уровень обслуживания в ресторанах обеспечивается квалифи­цированными поварами, официантами, метрдотелями и сочета­ется с организацией отдыха и развлечений.

В структуре гостиничных комплексов может быть несколько ресторанов, а может не быть ни одного. В больших гостиницах, входящих в известные гостиничные цепи, обычно два ресторана — фешенебельный фирменный и небольшой с невысоким уровнем цен на блюда и напитки. Рестораны при гостиницах обслужива­ют как проживающих в них гостей, так и широкую публику. Они также организуют обслуживание торжественных и офици­альных приемов, совещаний, конференций, конгрессов, пре­доставляют гостям другие услуги: продажу сувениров, цветов, обслуживание в гостиничных номерах и т.д.

В большинстве ресторанов предусматривается музыкальная программа и проведение концертов.

*Кафе —* предприятие питания, предоставляющее гостям огра­ниченный ассортимент блюд и напитков, мучных кондитерских изделий, кисломолочных продуктов в сочетании с отдыхом и раз­влечениями. Большинство гостиничных комплексов в своей струк­туре наряду с ресторанами предпочитают иметь небольшое кафе.

*Бар —* специализированное предприятие питания, предостав­ляющее гостям различные напитки, десерты, сладкие блюда и закуски. В баре имеется возможность отдохнуть в уютной обста­новке, послушать музыку, развлечься.

*Буфет* производит продажу с потреблением на месте огра­ниченного ассортимента холодных закусок, бутербродов, напит­ков, булочных и кондитерских изделий, сладких блюд неслож­ного приготовления. Допускается отпуск упакованной продук­ции на вынос, а также реализация продовольственных товаров. В гостиницах работают буфеты, оборудованные электроплита­ми, холодильниками, охлаждаемыми прилавками, кофеваркой и другим современным оборудованием.

*Закусочная* изготавливает, реализует и организует потребле­ние на месте различных блюд и закусок несложного приготов­ления, бульонов, холодных и горячих напитков, мучных конди­терских изделий.

*Столовая* как предприятие питания часто встречается в струк­туре курортных гостиниц. Предназначена для изготовления, ре­ализации и организации потребления на месте различными сло­ями населения завтраков, обедов, ужинов, отпуска их на дом. Предоставляет различные дополнительные услуги.

***Месторасположение****.* В зависимости от месторасположения различают:

• *городские рестораны.* Расположены в городской черте и предлагают разнообразный ассортимент блюд, закусок, напитков либо специализируются в предоставлении обедов и (или) ужинов. Работают в определенные часы и имеют многочисленных клиентов;

• *вокзальные рестораны.* Расположены на железнодорожных и аэровокзалах. Работают круглосуточно. Характерен ограничен­ный набор блюд, закусок, напитков, невысокий уровень цен и относительно быстрое обслуживание;

• *вагоны-рестораны.* В основном имеются в поездах дальне­го следования и предназначены для обслуживания пассажиров, находящихся в пути. В меню вагонов-ресторанов входят холодные закуски, первые и вторые блюда, горячие напитки, комплексные обеды, а также дорожные наборы в пакетах, кондитерские изде­лия, фрукты, соки, минеральные и фруктовые воды, продавае­мые официантами во всех вагонах поезда;

• *рестораны на теплоходах.* Предназначены для обслужива­ния пассажиров и туристов в пути следования. В них предостав­ляются завтраки, обеды и ужины. Обслуживание осуществляет­ся официантами, но может применяться и самообслуживание. На крупных теплоходах может быть несколько ресторанов;

• *рестораны для автотуристов,* не желающих покидать авто­мобиль. Расположены возле шоссе или крупных автостоянок. В целях экономии времени клиенты обслуживаются прямо в ма­шине официантами, которые подкатывают к ним на роликовых коньках. Такой вид ресторанов распространен в США.

Бары можно классифицировать в зависимости от их распо­ложения в гостиничном здании:

• *вестибюльный бар* служит удобным местом для встреч и бесед;

• *ресторанный бар* традиционно является самым притягатель­ным элементом интерьера ресторана;

• *вспомогательный бар* представляет собой торговую точку, расположенную в глубине гостиничного здания, на этаже. В боль­ших отелях их может быть несколько. Здесь сосредоточиваются запасы вин, пива и других напитков для обслуживания гостей непосредственно в номерах;

• *банкетный бар* расположен в банкетном зале. Использует­ся исключительно для обслуживания банкетов и конференций. Как правило, банкетный бар имеет большой запас дорогих и популярных вин, напитков, пива;

• *бар при бассейне.* Любой высокоразрядный отель (не толь­ко курортный) немыслим без бассейна и бара при нем, где гости могут расслабиться с бокалом экзотического коктейля или ка­кого-либо другого напитка;

• *мини-бары —* маленькие бары с холодильником в гостевых комнатах. Предназначены для снабжения гостей налитками в любое время суток. Запасы напитков в мини-барах пополняют­ся ежедневно, а стоимость выпитого дополнительно включается в общий счет.

***Контингент обслуживаемых клиентов (гостей).*** В зависимости от этого критерия предприятия питания подразделяются на:

• общедоступные;

• связанные с обслуживанием определенного контингента клиентов.

Хотя рестораны, кафе, бары в составе гостиничных комплек­сов предназначены для первоочередного обслуживания гостей, в большинстве случаев они являются общедоступными. Пред­приятия же питания в составе отелей-клубов, пансионатов об­служивают только своих гостей.

***Ассортимент продукции (специализация).*** В зависимости от ши­роты ассортимента предлагаемой продукции прежде всего мож­но выделить две большие категории предприятий питания:

1) полносервисные;

2) специализированные.

Среди типов предприятий питания полносервисными в боль­шинстве случаев могут быть только рестораны и кафе, посколь­ку они предлагают широкий выбор закусок, блюд, хлебобулоч­ных и мучных кондитерских изделий, различных напитков.

В меню полносервисных ресторанов и кафе высока доля фир­менных и заказных блюд, которые относят к разряду блюд "вы­сокой кухни" *(фр.* haute cuisine). Для полносервисных рестора­нов характерен очень высокий уровень обслуживания: метрдотель встречает и усаживает гостя за стол, старший официант дает советы по поводу блюд, объясняет, в чем особые качества зака­зываемых блюд, он же советует, какое вино лучше подходит к заказываемым блюдам.

Оформление полносервисных ресторанов обычно соответ­ствует общему настроению, которое ресторан пытается создать. Роскошная еда, обслуживание и атмосфера — все это в ком­плексе оставляет незабываемое впечатление.

Специализация предприятий питания может быть различ­ной: от широкой специализации на блюдах определенной кухни (французской, итальянской, китайской и т.д.) до узкой специа­лизации на одном или нескольких наименованиях блюд. На при­готовлении одного главного блюда специализируются обычно предприятия быстрого обслуживания, которые предлагают:

гамбургеры — McDonald's, Burger King, Wendy's;

пиццу — Pizza Hut, Domino, Little Ceasar;

морепродукты — Red Lobster, John Silver's;

блюда из цыпленка — KFC, Church's;

бифштексы — Sizzler, Ponderosa, Bonanza;

сэндвичи — Subway;

блинчики — International House of Pancakes, Country Kitchen.

Рассматриваемый признак классификации предприятий пи­тания носит весьма условный характер, в связи с чем один и тот же ресторан может быть одновременно и полносервисным и спе­циализированным. Например, специализируясь на блюдах фран­цузской кухни, ресторан одновременно предлагает широкий (не менее 15) ассортимент их наименований.

Среди разных типов предприятий питания наиболее просто специализировать бары — в зависимости от ассортимента реа­лизуемых напитков (винные, пивные, молочные, коктейль-ба­ры и др.).

Закусочные также подразделяются на предприятия общего типа и специализированные (шашлычная, чебуречная, пицце­рия, блинная, бульбяная, бульонная и т.д.).

***Вместимость****.* Для ресторанов она может составлять от 50 до 500 мест, кафе — от 50 до 150 мест, столовых — 50, 100, 200, 500 и более мест и т.д.

***Форма обслуживания.*** По применяемым формам обслужива­ния предприятия питания делятся на:

• предприятия самообслуживания;

• с частичным обслуживанием официантами;

• с полным обслуживанием официантами;

• с обслуживанием буфетчиками.

***Время функционирования.*** По этому критерию предприятия питания подразделяются на:

• постоянно действующие;

• сезонные;

а также на:

• работающие в дневное и вечернее время;

• работающие в ночное время (ночные бары).

***Уровень обслуживания.*** Предприятия питания подразделяются на следующие категории:

• люкс;

• высшая;

• первая;

• вторая;

• третья.

Согласно ГОСТ Р 50762—95 рестораны подразделяются на три категории — люкс, высшая, первая.

## Культура обслуживания на предприятиях питания

Культура обслуживания — это организационная культура, направленная на обслуживание клиентов на основе выработки определенных правил, процедур, практических навыков и уме­ний. Культура обслуживания диктуется политикой предприя­тия, поддерживается системой поощрений персонала обслужи­вания и рядом других мероприятий.

Культура обслуживания вырабатывается каждым предприя­тием. На одном предприятии она может быть очень низкой, на другом же — достаточно высокой. Проявление высокой культу­ры обслуживания определяется через поведение персонала, ко­торый четко знает, как действовать в любой ситуации и что от него ожидают клиенты и руководство, а также тем, что высокая культура делает всех работников целеустремленными и застав­ляет с уважением относиться к своему предприятию.

Культура обслуживания — это сложное комплексное поня­тие, слагаемыми которого являются:

• безопасность и экологичность при обслуживании;

• эстетика интерьера, создание комфортных условий обслу­живания;

• наличие достаточного количества столовой посуды, при­боров и столового белья;

• знание и соблюдение персоналом этических норм обслу­живания;

• знание и соблюдение правил, устанавливающих порядок и очередность обслуживания гостей;

• знание специальных правил предложения и отпуска раз­личных блюд и напитков, а также технических навыков и при­емов их подачи;

• знание основных, правил сервировки стола.

***Безопасность и экологичность при обслуживании.*** На любом предприятии питания в первую очередь должны быть обеспе­чены безопасность жизни, здоровья и имущества гостей как в обычных условиях, так и в экстремальных ситуациях. В здании должны быть аварийные выходы, лестницы, хорошо заметные информационные указатели, обеспечивающие свободную ориен­тацию гостей.

Предприятия питания должны быть оборудованы системами оповещения и средствами защиты от пожара, предусмотренны­ми Правилами пожарной безопасности.

На предприятиях питания должны беспрекословно соблю­даться санитарно-гигиенические нормы и правила, установлен­ные органами санитарно-эпидемиологического надзора в части чистоты помещений, состояния сантехнического и производ­ственного оборудования, удаления отходов и эффективной за­щиты от насекомых и грызунов.

Особые требования в отношении безопасности предъявляются к персоналу обслуживания. Прежде всего весь персонал должен пройти подготовку по безопасным методам работы, знать и соб­людать меры пожарной безопасности, правила охраны труда и техники безопасности. Все работники предприятия должны под­лежать периодическому медицинскому освидетельствованию. При поступлении на работу они обязаны пройти медицинский осмотр и прослушать курс по санитарно-гигиенической подготовке. В процессе работы на предприятии обслуживающий персонал периодически, не реже одного раза в два года, должен сдавать экзамены по санитарному минимуму. На каждого работника за­водится личная медицинская книжка, в которую вносят резуль­таты медицинских обследований, сведения о перенесенных ин­фекционных заболеваниях, о сдаче санитарного минимума. К работе на предприятии не допускаются лица, являющиеся ис­точником инфекционных заболеваний.

Предприятия питания должны располагаться в благоприят­ных экологических условиях.

***Эстетика интерьера, создание комфортных условий обслужива­ния.*** Интерьер представляет собой внутренне организованное про­странство помещений предприятий питания, одновременно вы­ступающее средой действия (в нем осуществляется технологичес­кий цикл обслуживания гостей) и средой восприятия (обладает способностью оказывать сильное эмоциональное воздействие).

К помещениям предприятий питания, в которых происхо­дит обслуживание посетителей, относят залы, бары, коктейль-холлы, буфеты. Входную группу помещений, где начинается об­служивание, составляют вестибюль с гардеробом, аванзал (по­мещение для сбора, ожидания и отдыха гостей), санузел.

Залы — это основные помещения предприятий питания, где обслуживают гостей. Их расположение влияет на планировоч­ное решение, объемную композицию и архитектуру всего зда­ния. Очень важно обеспечить рациональную связь торговых за­лов с производственными и вспомогательными помещениями, которая обусловлена технологическим процессом и функцио­нальными требованиями. В частности, зал должен быть распо­ложен таким образом, чтобы в него не проникали шумы про­изводственных помещений и запахи кухни.

В решении интерьера учитывается специализация предпри­ятий питания, контингент клиентов, на который они рассчита­ны, применяемые методы обслуживания и ряд других факторов. При всем этом важно максимально раскрыть связь интерьера и окружающей предприятие среды: ландшафта, городского рай­она, улицы. Это достигается применением различных архитектурных приемов, что часто играет для предприятия не меньшую роль, чем хорошая кухня.

Одним из факторов, определяющих комфортные условия обслу­живания на предприятиях питания, является правильное *освещение* залов и прилегающих помещений. Освещение вестибюля должно гармонировать с освещением холлов, обеденных залов, баров, умы­вальных комнат, кабин лифтов и других подсобных помещений. С помощью освещения можно подчеркнуть характер предприятия, сформировать его образ. Особое внимание следует уделить органи­зации наружного освещения, которое способствует привлечению посетителей. Наружное освещение самого здания, вывесок и подхо­дов к нему должно гармонировать с окружающей средой и в то же время привлекать внимание. Если предприятие расположено на шумной городской магистрали, то и освещение должно быть ди­намичным, ярким. Если ресторан или кафе располагаются в тихих уголках города, вдали от транспортного шума, то предпочтитель­нее спокойное освещение, гармонирующее с уютным интерьером.

В зале ресторана с помощью освещения можно выделить от­дельные зоны, направить потоки посетителей. Наиболее интерес­ные элементы интерьера следует выделять более ярким светом.

Психологи рекомендуют в обеденном зале делать освещение динамичным. Особенно ярким освещение должно быть во вре­мя завтрака, чтобы клиенты могли читать газеты, журналы. В вечернее время освещение должно способствовать созданию ат­мосферы праздничности, торжественности или уюта. В некото­рых ресторанах используют комбинированное освещение, ха­рактеризующееся сочетанием зон с достаточно ярким освеще­нием и затемненных.

Основным организующим и функциональным элементом ин­терьера предприятий питания, оказывающим влияние на созда­ние комфортных условий обслуживания, является *мебель.* К но­менклатуре и видам используемых в ресторанах, кафе, барах ме­бельных изделий кроме общих (функционально-технологических, эргономических, эстетических) предъявляются следующие спе­циальные требования:

• соответствие мебели характеру работы предприятий, по­скольку самообслуживание или обслуживание официантами вли­яет на площадь стола, рассчитанную на одно место за ним;

• соответствие типу торгового зала (ресторан, кафе, банкет­ный зал, бар), от чего зависят вид мебели и ее размеры;

• удобство — соотношение между высотой стола и высотой сиденья стула, высотой подлокотников и спинкой кресла (наи­более комфортным считается размер 20—31 см — расстояние от сиденья кресла до столешницы);

• гигиеничность, которая обеспечивается использованием со­ответствующих этому требованию отделочных материалов.

Главным предметом меблировки предприятий питания яв­ляются столы. Основные конструктивные элементы стола — это столешницы и опоры. Столешницы могут быть различной кон­фигурации (круглые, квадратные, прямоугольные) и размеров. По виду опоры столы могут быть одно-, двух-, трех-, четырех­опорные. Размеры столов определяются их назначением: для рес­торанов — обеденные, фуршетные, банкетные; для кафе и сто­ловых; для кафетериев и т.д.

***Наличие достаточного количества столовой посуды, приборов и столового белья.*** Важным условием обеспечения высокой куль­туры обслуживания на предприятиях питания является наличие достаточного количества столовой посуды, приборов и столово­го белья, содержащихся в безукоризненном порядке. На пред­приятиях питания используется посуда различных видов: фар­форовая, фаянсовая, стеклянная, хрустальная, металлическая, деревянная, пластмассовая, посуда разового пользования. Ко­личество посуды, ее комплектность зависят от типа предприя­тий, их мощности, разнообразия меню, режима работы, форм обслуживания, категории и некоторых других факторов.

Столовые приборы, используемые на предприятиях питания, делят на две группы: основные и вспомогательные. Основные приборы предназначены для приема пищи, вспомогательные — для раскладки блюд.

К основным приборам относят закусочный, рыбный, столо­вый, десертный, фруктовый. *Закусочный прибор* (нож, вилка) ис­пользуется для сервировки стола при подаче холодных блюд и закусок всех видов, а также некоторых горячих закусок. Отлича­ется от столового прибора меньшими размерами. *Рыбный прибор* (нож, вилка) используется для сервировки стола при подаче вто­рых рыбных блюд. Прибор включает вилку с четырьмя короткими зубцами и углублением для отделения костей и нож с корот­ким и широким лезвием в виде лопаточки. *Столовый прибор* (нож, вилка, ложка) используется для сервировки стола при подаче первых и вторых блюд при отсутствии специального прибора. *Десертный прибор* (нож, вилка, ложка) используется при подаче сладких блюд, сладких пирогов, арбузов и т.д. По размеру десерт­ный прибор немного меньше закусочного. *Фруктовый прибор* (вилка, нож с острым, коротким лезвием, напоминающий перо­чинный) отличается от десертного меньшими размерами.

На предприятиях питания для оформления зала и обслужи­вания используют различные виды столового белья и скатертей. Классическим материалом для них является лен и хлопчатобу­мажная ткань. В настоящее время используют такие материалы, как шелк, тонкое сукно, акрил, дралон, присент, покулен.

***Знание и соблюдение персоналом этических норм и правил обслу­живания.*** Особое место в работе предприятий питания занимает этическая сторона обслуживания. Высокая этическая культура — обязательная черта каждого работника индустрии гостеприим­ства. Это первейшее нравственное требование. Грубость, бестакт­ность, пренебрежительное отношение к людям нетерпимы в лю­бой сфере трудовой деятельности, но в сфере услуг они недо­пустимы.

Развитие высокой культуры обслуживания, ориентированной на запросы клиентов, имеет первостепенное значение в деятель­ности предприятий питания. Независимо от используемого мето­да обслуживания все работники ресторана, кафе, бара, буфета должны руководствоваться определенными правилами, направ­ленными на создание у гостя максимального чувства комфорта. В качестве основного правила обслуживания следует усвоить то, что по отношению ко всем без исключения гостям персонал обслуживания должен быть безукоризненно вежлив, внимателен и тактичен. Гости практически всегда должны видеть обслужива­ющий персонал, но никогда (за редким исключением) не должны слышать их разговоров между собой. Популярность многих пред­приятий питания часто находится в прямой зависимости от эти­ческой культуры обслуживания, от вежливого и внимательного отношения официантов к посетителям. Производственный, орга­низационный и эстетический аспекты не исчерпывают всех форм культуры обслуживания в современном ресторане. Чтобы об­служивание было действительно культурным, недостаточно иметь современное красивое предприятие с техническим оборудова­нием. Важно располагать на этом предприятии квалифициро­ванными, знающими свое дело кадрами.

Благожелательное отношение к клиенту должно начинаться с того момента, когда он переступил порог ресторана, кафе, бара. Вежливая, внимательная встреча клиентов в определенной мере содействует повышению их психологического настроя. Очень важно также обеспечить индивидуальный подход к клиентам, который заключается в знании и учете их личных качеств, инте­ресов, склонностей, в соответствии с которыми следует выби­рать определенную манеру обращения.

Персонал обслуживания предприятий питания должен иметь твердые представления о нравственных требованиях, предъявля­емых к их профессии. Этим критерием обычно руководствуют­ся при подборе и расстановке кадров, что особенно относится к официантам, барменам, метрдотелям, которые являются цен­тральными фигурами в обеденном зале. Именно с ними непосред­ственно имеют дело сотни людей, к ним они обращаются с прось­бами, за советом, им делают замечания, высказывают недоволь­ство или похвалу и т.д.

При решении вопроса о приеме на работу в сферу гостепри­имства целесообразно выяснить, обладает ли претендент ком­муникативными способностями. Известно, что официанты, не обладающие такими способностями, испытывают тяжелейшие нервные нагрузки, из-за чего часто возникают конфликтные си­туации во взаимоотношениях с посетителями. Это, в свою оче­редь, нередко приводит их в стрессовое состояние, сопровожда­ющееся повышенной раздражительностью. Обиженным и край­не неудовлетворенным остается и потребитель.

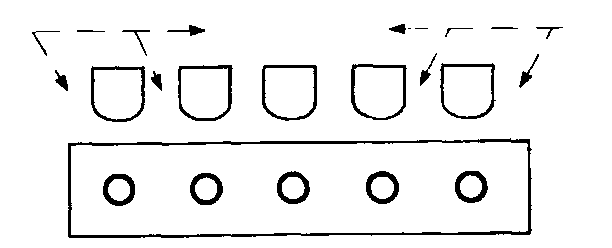
***Знание и соблюдение правил, устанавливающих порядок и оче­редность обслуживания гостей.*** При обслуживании по меню "а ля карт" преимуществом пользуются лица старшего возраста перед младшими, женщины перед мужчинами. Во время торжест­венных мероприятий предпочтение всегда отдается юбиляру.

Более сложным представляется вопрос о том, с кого следует начинать обслуживание при проведении специальных мероприятий. В основном необходимо придерживаться правил, приве­денных выше. Однако в условиях дипломатических приемов эти правила в значительной степени изменяются.

При проведении специальных мероприятий обслуживание всегда начинают с почетных гостей, независимо от того, сидят они за общим банкетным столом или за отдельными столиками. Следует учитывать и то обстоятельство, что на официальных приемах и банкетах нередко присутствуют члены семей руково­дящих лиц. Если за столом находятся супруги министров двух государств, то обслуживание начинается не с них, а с министра-гостя и министра-хозяина. Таким образом, преимущество отда­ется общественному положению гостя.

В рамках специальных мероприятий официант поочередно обслуживает всех гостей, занимающих места за столом в поряд­ке общественного ранга: сначала юбиляра, затем почетного гостя, руководителя учреждения, ответственных представителей, работ­ников учреждения. В этом случае правило, согласно которому сначала обслуживаются женщины, а уж затем мужчины, непри­менимо.

При передвижении обслуживающего персонала по залу дейст­вуют правила, схожие с правилами дорожного движения: при встречном движении идти по правой стороне; обгонять слева; не останавливаться внезапно; избегать ненужных движений и т.д. При сервировке столов, а также в процессе непосредственного обслуживания гостей официант всегда движется вперед. Работа, выполняемая им с правой стороны от гостя, обусловливает для него необходимость обходить стол слева. И наоборот, работа, выполняемая официантом с левой стороны от гостя, обусловли­вает необходимость для него обходить стол справа (рис. 18).

****

*Рис. 18. Схема движения официанта в процессе обслуживания гостей*

Стоя с правой стороны от гостя, официант выполняет следу­ющие действия:

• раскладывает приборы, которые должны лежать справа (ложки, ножи);

• расставляет и убирает бокалы, рюмки и т.д.;

• подает бутылки с алкогольными напитками;

• разливает напитки;

• расставляет тарелки с супом;

• подает или наливает горячие напитки (кофе, чай, шоколад и т.д.);

• подает карту меню;

• подает тарелки с табачными изделиями (например, с рас­крытой пачкой сигарет);

• убирает со стола тарелки, чашки, приборы, соусницы, по­суду из стекла, бутылки, салфетки и др.

Стоя с левой стороны от гостя, официант выполняет следу­ющие действия:

• раскладывает приборы, которые должны лежать с левой стороны (например, вилки);

• раскладывает масло, предлагает гостям выложенную на блю­до пищу;

• расставляет и убирает пирожковые и закусочные тарелки, салатники;

• предлагает гостям поднос для уборки ненужной посуды;

• предлагает сигареты, которые гость сам достает из пачки и т.д.

***Знание и соблюдение специальных правил предложения и от­пуска различных блюд и напитков.*** Предпосылкой квалифициро­ванного обслуживания гостей на предприятиях питания являет­ся обстоятельное знание специальных правил предложения и отпуска различных блюд и напитков, а также технических на­выков и приемов их подачи.

***Предложение и подача холодных закусок.*** Холодные закуски способствуют возбуждению аппетита, поэтому они должны иметь привлекательный внешний вид. Подача холодных закусок осу­ществляется в следующей последовательности:

1) рыбная гастрономия (икра, рыба, шпроты);

2) рыбные блюда собственного производства (рыба отварная, заливная, под маринадом и т.д.);

3) мясная гастрономия;

4) мясные закуски собственного производства;

5) натуральные овощи;

6) салаты (рыбные, мясные, овощные, яичные);

7) сыр.

Температура подаваемых холодных закусок должна быть не выше 14 градусов, некоторые продукты (сливочное масло) дол­жны быть охлажденными. Овощи в натуральном виде можно подавать в салатниках с пищевым льдом.

Холодные закуски подаются на закусочных тарелках, если они предназначены для индивидуальной подачи, или в метал­лических и фарфоровых блюдах круглой и овальной формы, ес­ли они подаются группе посетителей, на банкетах и приемах.

Для раскладывания закусок в зависимости от их вида приме­няют ложку столовую, ложку десертную или вилку либо то и другое. Используют также специальные приборы: лопатки для раскладывания рыбы, икры, паштета, приборы для салатов, щипцы.

*Предложение и подача горячих закусок.* Горячие закуски подают перед основным блюдом и, как правило, в той специальной посу­де, в которой они приготавливались (порционные сковородки, кокотницы, кокильницы, посуда из жаропрочного стекла)

*Предложение и подача супов.* Супы подают после закусок. По температуре подачи супы бывают горячие (74 °С) и холодные (7—14 °С). Супы, заправленные льезоном, должны иметь темпе­ратуру подачи 64 °С.

В зависимости от технологии приготовления супы делятся на следующие виды: прозрачные (бульоны), заправочные (щи, борщи), пюреобразные, молочные, холодные, фруктово-ягодные Вид супов определяет посуду и способы их подачи.

Супы подают в тарелках, в бульонных чашках, в супнице. При подаче некоторых видов заправочных супов, борщей и су­пов национальных кухонь используют порционные горячие гор­шочки, в которых эти супы готовились.

*Предложение и подача вторых блюд.* Ассортимент вторых блюд, предлагаемых клиентам ресторана, разнообразен как по исполь­зуемому сырью, так и по способу тепловой обработки. Последо­вательность их подачи следующая:

1)рыбные;

2) мясные;

3)птица и дичь;

4) овощные;

5) крупяные;

6) яичные;

7) молочные;

8) мучные.

Если какое-либо блюдо отсутствует, то это не нарушает оче­редности их подачи.

Вторые блюда подают в горячем виде при температуре 65 °С, соусы к ним — 75 °С, заказные блюда — 80—90 °С. Чтобы сохра­нить температуру блюд при отпуске, тарелки для подачи следует подогревать до 40—45 °С.

*Предложение и подача алкогольных напитков.* Вкусовые ка­чества алкогольных напитков раскрываются при их удачном со­четании с потребляемыми блюдами. Поэтому необходимо знать основные принципы сочетаемости напитков с блюдами:

• к закускам рекомендуется подавать крепкие спиртные на­питки (водку, настойки), а также крепкие вина. К некоторым горячим (сосиски, раки) и холодным закускам (сыр, крабы) по­дают пиво;

• к горячим блюдам из светлого мяса (свинина, телятина, курица) подают светлые (белые) столовые сухие вина;

• к горячим блюдам из темного мяса (говядина, баранина, дичь, мясо диких животных, утка, гусь) подают темные (крас­ные) столовые вина;

• к рыбным блюдам подают белые столовые сухие вина, ха­рактеризуемые полнотой, гармоничностью, легкостью и свежес­тью вкуса, обладающие малой экстрактивностью;

• к овощным блюдам и зелени рекомендуют столовые по­лусладкие белые и красные вина, имеющие приятную свежесть, нежный вкус, пониженную кислотность;

• к сладким блюдам и фруктам рекомендуют шампанское и десертные вина. К слишком сладким блюдам не следует пода­вать сладкие вина;

• если блюдо готовится в вине, то именно с этим сортом вина его надо подавать;

• местные блюда хорошо дополняются местными винами;

• вином ни в коем случае не следует запивать салаты с при­правой на уксусной основе, мясо под соусом "карри" и сладкие блюда на шоколадной основе, поскольку эти вкусы дисгармо­нируют или даже подавляют друг друга;

• к черному кофе подают коньяк или ликер. Коньяк также хорошо сочетается с лимоном, чаем, фруктами;

• при большом ассортименте вин, подаваемых к столу, ма­рочные вина следует подавать после ординарных, сладкие де­сертные и ликерные после сухих и подусладких, крепленые ви­на после слабоалкогольных, красные после белых.

Вкусовые и ароматические вещества напитков приобретают наиболее выраженный характер при отпуске их в стеклянной посуде соответствующих формы, емкости и цвета (табл. 10). Ем­кость посуды зависит от крепости налитка: чем он крепче, тем меньше должна быть емкость. Вся винная посуда должна быть из бесцветного стекла, чтобы гость мог оценить цвет и прозрач­ность вина.

Таблица 10. Посуда для подачи напитков

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Напиток | Вид используемой посуды | Емкость |
| Ликер | Рюмка | 25 |
| Коньяк | Рюмка типа "тюльпан" | 35 |
| Водка, горькие настойки, наливки | Рюмка | 50 |
| Крепленые и десертные вина | Рюмка мадерная | 75 |
| Белые сухие и полусухие вина | Рюмка рейнвейная | 100 |
| Красное столовое вино | Рюмка лафитная | 125 |
| Шампанское и игристые вина | Бокалы | 125-150 |
| Пиво | Пивные кружки | 250-500 |
| Виски со льдом, содовая, пунш со льдом | Стаканы цилиндрические или конусные с утолщенным дном | 300 |

Решающим условием для наиболее полного выявления вку­совых качеств алкогольных напитков является соблюдение оп­ределенной температуры при их подаче. В таблице 11 приведена температура, рекомендуемая при подаче разных напитков.

Таблица 4.2Температура подачи напитков

|  |  |
| --- | --- |
| Напиток | Температура подачи (С) |
| Водка, виски, джин  Горькие настойки, ликеры всех наименований  Французский коньяк  Белые столовые вина  Красные столовые вина  Десертные вина, вермуты  Игристые вина  Сухое и полусухое шампанское  Сладкое и мускатное шампанское  Пиво светлых сортов  Пиво темных сортов  Алкогольные коктейли | 4-6  10-15  18-19  8-12  16-18, зимой 20  13-16  6-8  8-10  14-16  8-10  10-12  4-5 |

При предложении алкогольных напитков необходимо учи­тывать и время года. В жаркие дни следует рекомендовать белые сухие вина, обладающие освежающим вкусом, зимой — крас­ные столовые крепкие вина, коньяки.

При подаче алкогольных напитков следует помнить, что на­питки для группы гостей подают в бутылке, для одного гостя — в графине соответствующей емкости. Для того чтобы было лег­ко разливать, графин следует наполнять на 3/4 объема.

Прежде чем поставить бутылку с заказанным напитком на стол, официант должен показать ее гостю. Для этого необходи­мо, чтобы бутылка была обращена этикеткой к гостю, что поз­волит ему убедиться в правильности выполнения заказа. Откры­вать бутылку можно только в присутствии и с разрешения гостя.

После показа бутылки и ее открытия официант наливает гос­тю пробный глоток. Подняв рюмку (бокал) против света, гость имеет возможность проверить цвет и прозрачность вина. По аро­мату он определяет его букет. Получив согласие, официант на­полняет рюмки (бокалы) всех присутствующих за столом гостей и последним — рюмку (бокал) хозяина застолья. При обслуживании большой группы гостей пробный глоток хозяину (орга­низатору) не наливают.

В водочные, мадерные и рейнвейные рюмки напиток не до­ливают на полсантиметра. Лафитные рюмки и бокалы для шам­панского заполняют на 2/3, фужеры — наполовину.

Официант вновь наполняет только полностью освободившие­ся рюмки, бокалы, фужеры. Для того чтобы долить невыпитый до конца напиток, необходимо прежде получить на это согласие гостя.

*Предложение и подача безалкогольных напитков.* Минераль­ная вода и газированные безалкогольные напитки должны быть охлаждены до 4—6°С, так как при этом они приобретают более приятный вкус и лучше утоляют жажду. Бутылки с напитками официант приносит в руке или на подносе и открывает только в присутствии гостя. Получив разрешение гостя, напиток налива­ют в фужер до половины или на 1/3.

Охлажденную воду со льдом подают в кувшинах или графи­нах, при индивидуальном обслуживании — в стакане коничес­кой или цилиндрической формы.

Соки, квас, морс, прохладительные напитки собственного производства подают в кувшинах, наливают в конические ста­каны или фужеры. К томатному и овощным сокам подают отдельно соль и черный перец.

*Предложение и подача горячих напитков.* Горячие напитки (чай, кофе, какао, шоколад) оказывают тонизирующее воздействие на организм человека, повышают его работоспособность. Их по­дают на завтрак, обед, ужин. Специальное обслуживание также заканчивается чашкой кофе или чаю. Температура подачи горя­чих напитков — 75 °С.

Чай рекомендуется подавать в фарфоровом чайнике. Это поз­воляет лучше сохранить аромат и температуру напитка. Можно подавать чай в чашках или чайных стаканах с подстаканниками.

Подача кофе зависит от способа приготовления. Кофе чер­ный можно готовить в кофейнике по числу указанных порций. Для сохранения температуры его следует переносить в кофей­нике и разливать на подсобном столе или непосредственно гос­тям в чашки. Кофейник с оставшимся кофе ставят на стол с правой стороны гостя. Кофе можно подавать в чашках с блюд­цами. При этом официант к гостю подходит справа и ставит перед ним чашку с блюдцем.

При подаче кофе с молоком или сливками рекомендуется пользоваться кофейниками, в которых подают кофе, и молоч­никами или сливочниками. Сахар подают на розетке или в са­харнице.

***Знание основных правил сервировки стола.*** Слово "сервировка" в переводе с французского "servier" означает, с одной стороны, подготовку стола к приему пищи, то есть расстановку посуды в определенном порядке, а с другой стороны, совокупность пред­метов (посуды, приборов, столового белья), предназначенных для этой цели.

Сервировка стола — процесс творческий, отличающийся мно­говариантностью и зависящий от целого ряда факторов:

• времени принятия пищи;

• ассортимента блюд, имеющихся в меню и способа их при­готовления;

• категории предприятия питания;

• методов обслуживания;

• видов сервиса и других факторов.

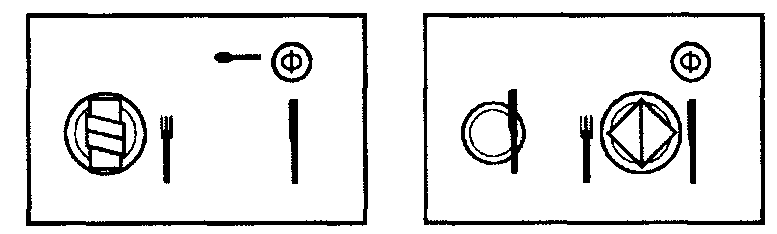
При использовании предметов сервировки необходимо соб­людать определенные правила, в общем сводящиеся к тому, что используемые столовая посуда и приборы должны быть всегда начищены до блеска и каждый элемент сервировки должен иметь на столе свое место. Начинают сервировку с расстановки посу­ды из фарфора, затем раскладывают приборы, ставят посуду из стекла или хрусталя. Завершается сервировка размещением сал­феток, после чего на столы ставят приборы со специями и вазы с цветами. Ориентиром в распределении предметов сервировки служат складки на скатерти или расположение кресел, которые обычно ставят по количеству гостей с интервалом не менее 30 см. Для того чтобы гости чувствовали себя удобно и официантам было легко их обслуживать, на каждое место при сервировке стола в зале предусматривают 60—70 см при повседневном об­служивании и 80-100 см при обслуживании банкетов.

В самом общем плане различают два вида сервировки: пред­варительную и исполнительскую.

*Предварительную сервировку стола* выполняют в процессе под­готовки зала ресторана к обслуживанию. Она включает мини­мальное количество предметов, которые могут быть использо­ваны при выполнении заказа.

*Исполнительская сервировка стола —* сервировка, которую производят по заранее известному меню заказа, обычно при об­служивании банкетов и других мероприятий.

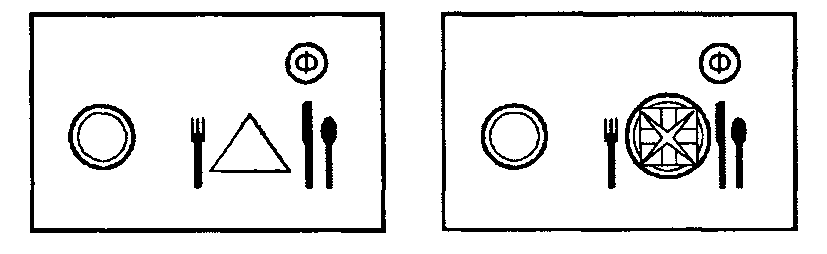
Предварительная сервировка стола для завтрака предполага­ет наличие пирожковой тарелки, закусочного прибора, чайной ложки, фужера, салфетки. В зависимости от предлагаемого ме­ню может быть еще нож для масла и закусочная тарелка. Такая сервировка включает минимальный набор предметов (рис. 19).

****

*Рис. 19. Сервировка стола для завтрака*

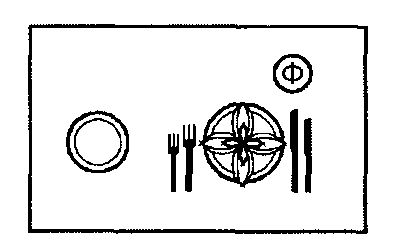
Предварительная сервировка столов в дневное время вклю­чает пирожковую тарелку, столовый прибор, фужер, салфетку.

Во время обеда по меню заказных блюд сервировка включа­ет пирожковую, закусочную тарелки, закусочный и столовый приборы, фужер, салфетку (рис. 20).

****

*Рис. 20. Сервировка обеденного стола*

Для обслуживания в вечернее время по меню заказных блюд дополнительно получают посуду и приборы. Столы предварительно сервируют пирожковыми и закусочными тарелками, установленными на мелкие столовые, закусочными и столовыми прибора­ми (без ложки), салфетками, фужерами, приборами для специй, вазочками с цветами (рис. 21).

****

*Рис. 21. Сервировка стола для ужина*

При сервировке закусочные и столовые тарелки расставля­ются на столе на расстоянии 2 см от его края (напротив центра каждого кресла). Слева от закусочных или мелких столовых на расстоянии 5—10 см ставят пирожковые тарелки, при этом их центр должен находиться на одной линии. Те столовые прибо­ры, которые принято укладывать с правой стороны тарелки, рас­полагают в направлении слева направо, приборы, которые при­нято укладывать с левой стороны тарелки, размещают в направ­лении справа налево. Гость берет приборы в обратном порядке.

При расстановке посуды из стекла один из предметов всегда ставят у кончика ножа столового прибора. В тех случаях, когда предусматривается сервировка несколькими предметами из стек­ла (фужер, рюмки разных емкостей), расположение каждого из них определяется последовательностью подачи блюд и напит­ков. И для гостей и для официантов удобно, когда рюмки для напитков, поданных к закуске, стоят впереди, а рюмки, стака­ны, предназначенные для использования во время десерта, — за ними. Фужеры и рюмки могут устанавливаться по диагонали. Допускается также размещение их треугольником.

В результате можно сформулировать следующие общие правила:

• основной емкостью является рюмка, которая предназна­чена для напитка, подаваемого ко второму блюду;

• не следует сервировать стол более чем тремя предметами из стекла;

• при подаче напитков, заказанных дополнительно, офици­ант подает к ним другие рюмки, фужеры и т.д. (рис. 22).



*Рис. 22. Варианты сервировки стола стеклянной посудой для напитков (бокалы, фужеры, стаканы, рюмки): а — при порционном обслуживании: 1 — фужер для пива, 2 — рюмка для коньяка; б — при подаче обеда из двух блюд: 1 — бокал для напитка ко второму блюду, 2 — бокал для десертного вина; в — при подаче обеда из трех блюд: 1 — фужер для напитка к рыбному блюду, 2 — фужер для напитка ко второму мясному блюду, 3 — фужер для десертного вина; г — вариант сервировки стола стеклянной посудой для обеда из трех блюд.*

Основные правила сервировки столов не являются чем-то незыб­лемым. Каждый официант, руководствуясь ими, может проявить творческий подход к решению вопроса и предложить свой вариант расположения столовых приборов и посуды. Однако он должен быть целесообразным и создавать максимальные удобства для гостей.

## Обслуживание в гостиничных номерах

Понятие "обслуживание в номерах" какое-то время употребля­лось по отношению ко всякому обслуживанию гостевых комнат оте­ля. В настоящее время оно используется в более узком смысле — подача еды и напитков в номера. Желая конкретизировать этот вид обслуживания, отдельные гостиницы используют и такие поня­тия, как "завтрак в номере", "обед в номере", "ужин в номере".

Обслуживание в гостиничных номерах требует особой под­готовки персонала. Оно связано не только с выполнением пожеланий гостей, сервировкой стола, последовательностью пода­чи блюд, техникой обслуживания, но и с правилами поведения персонала в номере.

Клиенты гостиниц делают заказы по телефону непосредствен­но метрдотелю, а также горничным, поддерживающим с мет­рдотелем постоянную связь. В крупных гостиницах заказы мо­жет принимать дежурный или старший официант.

При принятии заказа в обязательном порядке необходимо учесть и зафиксировать следующие данные:

1) номер комнаты, в которую следует подать завтрак, обед или ужин;

2) количество обслуживаемых гостей;

3) подробное наименование и количество заказанных блюд, закусок, напитков;

4) время подачи заказа.

Приняв заказ, метрдотель передает его непосредственным исполнителям: официанту, работникам кухни.

Для обслуживания в гостиничных номерах используется спе­циальная столовая посуда и приборы (металлические глубокие блюда с крышками, металлические кофейники, чайники, сли­вочники, различные подставки, приборы и оборудование для подогрева и поддержания температуры горячих блюд и напит­ков непосредственно в номере), подносы прямоугольной фор­мы, сервисные тележки различных конструкций, легкие склад­ные портативные столы.

Существуют специальные правила обслуживания гостей в номерах:

1. Заказ (завтрак, обед, ужин) должен подаваться либо на подносе, либо на передвижной сервисной тележке или столике. В случае использования подноса официант должен нести его в левой руке. Правая рука должна оставаться свободной, чтобы открыть или закрыть дверь, переставить какой-либо предмет на подносе и т.д. При движении по коридору или переходам под­нос держат у плеча и только перед входом в номер его опускают на уровень груди.

2. В номер необходимо предварительно постучать и войти после получения разрешения.

3. Следует поздороваться с гостем (гостями).

4. Если гость собирается завтракать в кровати, поднос ему необходимо подать со стороны. Если в кровати завтракают два человека, для каждого подают отдельный поднос.

5. При сервировке заказа (завтрака, обеда, ужина) для одно­го человека все ставится на подносе в таком же порядке, как на столе в ресторане.

6. Если гость собирается кушать за столом в номере или на балконе, то стол следует застелить скатертью. Поднос можно поставить на стол или переставить все с подноса на стол.

7. В номере официант не должен задерживаться дольше, чем требуется. Разговаривать с гостем можно только в том случае, если он о чем-нибудь спросит сам. В любой ситуации официант должен соблюдать деликатность.

## Условия питания и методы обслуживания

При организации обслуживания в ресторанах (кафе) гостинич­ных комплексов обычно предлагаются следующие условия питания:

1) полный пансион, то есть трехразовое питание (завтрак, обед и ужин) — Full Board (FB);

2) полупансион, то есть двухразовое питание (завтрак плюс обед или ужин) — Half-Board (НВ);

3) только завтрак, то есть одноразовое питание — Bed and Breakfast (BB).

Особые условия питания создаются в отелях, работающих в системе клубного отдыха (кроме трехразового питания, в течение всего дня предлагается большой выбор бесплатных закусок, алкоголь­ных и иных напитков) — All inclusive (все включено в стоимость).

Во всех гостиницах особое внимание уделяется сервису зав­траков. С завтрака начинается день гостей, и от его организации во многом зависит, будет ли начало дня для гостей хорошим или плохим. В отличие от обеда и ужина, на завтрак приходят практически все гости, проживающие в гостинице. В этой связи необходимо уделять внимание следующим моментам:

• помещение, в котором организуется завтрак, должно быть чистым и хорошо проветренным;

• несмотря на раннее время (завтрак может начинаться уже с 6.00 часов) сотрудники должны быть бодрыми и проявлять активность;

• должен быть обеспечен бесперебойный процесс обслуживания.

Различают следующие ***виды завтраков****:*

1. *Континентальный завтрак.* Название происходит из англий­ского языка (continental breakfast) и описывает завтрак, приня­тый на европейском континенте уже многие десятилетия. В нас­тоящее время не является единственным видом завтрака, ис­пользуемым в гостиницах разных стран. Континентальный завтрак включает: кофе, чай или горячий шоколад, сахар, слив­ки (молоко), лимон, два вида повидла, джема или мед, выбор хлебобулочных изделий, масло. По воскресеньям дополняется холодным яйцом. Во многих странах Европы континентальный завтрак входит в цену размещения в гостинице.

2. *Расширенный завтрак.* Этот вид завтрака получил распрос­транение в Европе с середины 60-х годов. В дополнение к континентальному завтраку гостям предлагаются: соки (апельсино­вый, грейпфрутовый, томатный), блюдо с нарезанной ветчиной, сыром и колбасой, блюда из яиц, йогурты, творог, сухие хлопья. Во время завтрака чаще всего организован буфетный сервис или официант приносит блюдо с мясной нарезкой, раскладывает по тарелкам и оставляет блюдо на столе. Блюда из яиц приготавли­ваются по индивидуальным заказам.

3. *Английский завтрак.* В классическом варианте английский завтрак начинается с утреннего чая или кофе (возможно горяче­го шоколада), принесенного в номер. Он также включает сахар, булочные изделия, тосты, масло, джем, мед, варенье. Этот так называемый "short breakfast" (короткий завтрак) может допол­няться блюдами из яиц (яичницей с ветчиной или беконом, яй­цами, жаренными на хлебе, омлетом с ветчиной или шампинь­онами и др.), рыбными блюдами, блюдами из злаковых (овся­ной кашей или супом на молоке или на воде с сахаром либо солью). Английский завтрак сервируется таким же образом, как и расширенный завтрак. Если гость вместо блюд из яиц заказы­вает рыбное блюдо или овсяную кашу, то дополнительно серви­руется прибор для рыбы или столовая ложка.

4. *Американский завтрак.* При американском завтраке допол­нительно предлагается: обычная питьевая вода с кубиками льда, фруктовые соки, свежие фрукты (грейпфрут, арбуз, ягоды с мо­локом или сливками) или компот из фруктов (слив, персиков), блюда из злаковых (кукурузные, рисовые хлопья), небольшая порция мяса, пирог и др.

5. *Завтрак с шампанским.* Время предоставления этого завтрака — с 10.00 до 11.30. Предполагается кофе, чай, алкогольные напитки (шампанское, вино), небольшие холодные закуски и горячие блюда, супы, салаты, десерты. Форма предложения — буфет. Завтрак с шампанским подается, как правило, по официальному поводу.

6. *Поздний завтрак.* Время предоставления — 10.00—14.00. Ис­пользуются составные элементы, входящие как в завтрак, так и в обед: горячие и холодные напитки, булочки, масло, джем, кол­баса, сыр, супы, горячие мясные блюда, десерты. Форма пред­ложения — буфет. Представляет альтернативу завтраку и обеду.

Кроме перечисленных видов завтрака, следует учесть особые привычки французских, голландских, швейцарских, австрийских, скандинавских и других гостей (табл. 12).

Таблица 12. Виды национальных завтраков

|  |  |
| --- | --- |
| Национальный завтрак | Составные элемента |
| Австрийский 1-й | Кофе со сливками или молоком, булочка |
| Австрийский 2-й | Холодные закуски (колбаса, отварное мясо), горячие блюда (тушеная или запеченная говядина, обжаренная печень), минеральная вода, кофе |
| Голландский | Кофе, чай, молоко; голландские анисовые сухарики; голландский сыр; овсяная каша; блинчики с начинкой; мясное ассорти; сельдь |
| Испанский и португальский ранний | Кофе, булочка и мармелад или горячий шоколад с печеньем |
| Испанский и португальский поздний (10.00-11.00) | Овощи, рыбные и яичные блюда |
| Итальянский | Свежие фрукты, крепкий кофе с молоком, тосты, булочки с мармеладом, медом, маслом |
| Немецкий 1-й  (около 6.00) | Кофе с молоком или сливками, булочки с мармеладом  или джемом, возможны бутерброды с сыром и маслом |
| Немецкий 2-й (10.00-11.00) | Холодные и горячие закуски, первые и вторые блюда, десерт |
| Польский 1-й | Чай, кофе с молоком, булочка, мармелад или варенье |
| Польский 2-й | Холодные и горячие закуски, десерт, кофе, чай с молоком |
| Скандинавский | Рыбные и мясные блюда; хрустящие хлебцы |
| Финский | Горячий напиток с молоком |
| Французский 1-й | Очень крепкий кофе с большим объемом молока, масло, сыр разных сортов, хлеб, булочки, рогалики |
| Французский 2-й | Холодные закуски (бутерброды канапе, различные салаты из свежих и консервированных овощей, пти­цы, рыбы, масла, нерыбных морепродуктов), горя­чая овощная закуска, рыбные или мясные горячие блюда с гарниром из овощей, фрукты, кофе |
| Швейцарский 1-й | Кофе с молоком, булочка |
| Швейцарский 2-й | Сыр, мясное ассорти, овсяная каша, рыбные или мяс­ные горячие блюда, булочка, мед |

При организации завтраков, обедов и ужинов используются различные ***методы обслуживания:***

• обслуживание "а ля карт";

• "а парт";

• "табльдот";

• шведский стол;

• буфетное обслуживание.

*Обслуживание "а ля карт " (a la carte).* Гости из карты-меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление и серви­ровка заказанных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков.

В данном случае уместно говорить о суггестивном сервисе (суг­гестия — внушение). Умение внушить гостю идею заказать то или иное блюдо или напиток — мощное средство увеличить прибыль ресторана. Элементы суггестивного сервиса нисколько не обижа­ют клиентов и даже, наоборот, клиенты довольны, что официант что-то им советует, стараясь угодить их вкусам и пристрастиям. Часто официант может посоветовать попробовать какое-то блюдо, о котором гость просто никогда не слышал и не знает, что это такое. Советы же о том, какие вина сочетаются с блюдами, зака­занными гостями, всегда принимаются с благодарностью, поскольку в таких вещах мало кто сведущ. Цель суггестивного сервиса — превратить обслуживающий персонал в умелых продавцов ресто­ранных услуг, в совершенстве знающих свой товар.

Несмотря на то что метод "а ля карт" считается самым тру­доемким, в настоящее время он является и самым распространенным методом обслуживания в ресторанах, так как больше всего соответствует желаниям гостей.

*"А парт " (a part).* При данном методе обслуживания гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени. Очень часто встречается в домах отдыха и курортных гостиницах.

*"Табльдот" (table d'hote).* Отличается от "а парт" тем, что все гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Обслуживание начинается тогда, когда все гости собе­рутся за столом. Часто используется в пансионатах, домах отды­ха и других средствах размещения, где производственные мощ­ности и возможности кухни достаточно ограничены.

*Шведский стол.* Представляет широкий выбор блюд со сво­бодным доступом: можно взять все, что угодно, из того, что предложено и выставлено. Это может быть и довольно скудный набор (джем, хлеб, масло, 2—3 сорта колбасы и сыра, один вид сока, чай, кофе), и по-настоящему обильный стол с многочис­ленными блюдами. Все зависит как от категории отеля, так и от страны.

Данный метод обслуживания имеет ряд преимуществ:

• увеличивает пропускную способность ресторанного зала;

• ускоряет процесс обслуживания;

• требует меньшей численности квалифицированного пер­сонала и т.д.

Все категории гостей с одобрением воспринимают этот ме­тод обслуживания, поскольку он позволяет выбирать себе пищу по вкусу и в количестве, удовлетворяющем аппетит.

*Буфетное обслуживание.* Буфеты предполагают самообслужи­вание гостей. Обслуживающий персонал пополняет ассортимент блюд и закусок, приносит дополнительные порции, дает гостям советы при выборе еды, открывает бутылки с напитками, гото­вит чай или кофе, убирает использованную посуду и приборы. Ассортимент буфетной продукции зависит от условий ее приго­товления и отпуска и может быть самым разнообразным: про­хладительные и горячие напитки, хлебобулочные и кондитер­ские изделия, молочнокислые продукты, фрукты, всевозмож­ные бутерброды, закуски и т.д.

В последнее время данный метод обслуживания стал популя­рен при организации завтраков (так называемый завтрак-буфет). Также он широко используется при обслуживании участников конференций, симпозиумов, совещаний, переговоров.

## Виды сервиса

В зависимости от контингента обслуживаемых гостей, кате­гории и оснащения предприятий питания используются различ­ные виды сервиса. Наиболее распространенными считаются сер­висы:

• французский;

• английский;

• американский;

• русский.

При всех видах сервиса обслуживание осуществляется офи­циантами.

***Французский сервис****.* Этот вид сервиса обычен для ресторанов высокой кухни, где он подчеркивает элегантность обслужива­ния. Французский сервис считается самым впечатляющим и до­рогостоящим в мире. Большое блюдо с разложенной на нем пи­щей демонстрируется гостям. При этом учитывается визуальное восприятие человеком красиво сервированной пищи, что не­сомненно возбуждает аппетит. Подходя с левой стороны, офи­циант накладывает пищу с блюда в тарелки гостей. Существует и такой вариант французского сервиса, когда официант предла­гает блюдо гостю, который обслуживает себя сам.

Для французского сервиса необходима целая бригада обслу­живающего персонала, в составе которой должны быть:

1) менеджер ресторана *(фр.* maitre d'hotel);

2) старший официант *(фр.* Chef de rang), ответственный при­мерно за четыре столика. Он встречает гостей, дает пояснения по поводу меню и принимает заказ, следит за оперативностью обслуживания и лично раскладывает пищу по тарелкам гостей, нарезает мясо и т.д.;

3) помощник старшего официанта (demi chef de rang) — при­нимает заказы на напитки, подает блюда;

4) официант, подающий воду (commis de rang). Он также пе­редает заказы на кухню, привозит оттуда тележки с едой, убира­ет со стола;

5) официант по винам (sommelier).

Французский вид сервиса может быть использован как при обслуживании отдельных столиков, так и банкетных столов.

Преимущества французского сервиса:

постоянный контакт с гостями;

гость определяет сам желаемый объем еды.

Недостаток французского сервиса — высокая трудоемкость.

***Английский сервис*** (обслуживание с приставного столика). При этом методе официант накладывает пищу на тарелку гостя на приставном столике, затем подает ее с правой стороны. Если требуется добавка, официант использует чистую тарелку. При этом меняется также столовый прибор. Этот вид сервиса явля­ется трудоемким, поэтому он рекомендуется только для обслу­живания отдельных столиков.

Параллельно с термином "английский сервис" употребляется термин "gueridon". Продукты накладываются на сервировочное блюдо, которое ставится на столик с колесиками. Столик подво­зится к столу, за которым сидит гость. Гость сам выбирает порцию и официант начинает оформлять блюдо у него на глазах.

Преимущества английского сервиса:

идеальный контакт с гостями;

свобода движений для обслуживающего персонала.

Недостаток английского обслуживания — большие затраты времени.

***Американский сервис.*** Пища готовится и раскладывается по тарелкам непосредственно на кухне. Официанты разносят и рас­ставляют тарелки гостям. Этот вид пользуется популярностью благодаря простоте и оперативности.

Преимущества американского сервиса:

низкая трудоемкость;

требуется мало персонала.

Недостатки американского обслуживания:

слабый контакт с гостем;

установленный объем порций.

***Немецкий сервис.*** Еда раскладывается на большое блюдо и ставится на стол на доступном от гостя расстоянии, чтобы он мог обслужить себя сам.

Преимущества немецкого сервиса:

гость сам определяет желаемый объем еды, берет добавку;

низкая трудоемкость.

Недостаток немецкого сервиса — использование боль­шого количества посуды, так как все блюда должны сервиро­ваться отдельно.

***Русский сервис****.* Еда приносится на сервировочном блюде. Официант на глазах у гостей разделяет ее на порции, далее гости сами перекладывают эти порции в тарелки.

Преимущество русского сервиса — гость сам опреде­ляет желаемый объем еды.

Недостатки русского сервиса:

высокая трудоемкость;

при перекладывании еды неопытными гостями нарушается вид блюда.

## Обслуживание банкетов

Одним из важнейших требований, предъявляемых к гости­ницам делового назначения, является обеспечение возможнос­ти банкетного обслуживания. Для этого в составе помещений предприятий питания, находящихся в гостиничном комплексе, наряду с основным ресторанным залом, должны быть специаль­ные банкетные залы (возможно, несколько залов различной вмес­тимости и для разных видов банкетов), а также необходим пер­сонал, обладающий соответствующими знаниями и практичес­кими навыками.

Банкеты проводят как торжественный завтрак, обед или ужин. Поводом для этого может быть юбилей, товарищеская встреча, семейное торжество. Наиболее частыми являются банкеты, про­водимые общественными, партийными, научными и деловыми организациями по случаю окончания различных встреч, перего­воров, конференций, совещаний и других мероприятий.

Банкеты можно классифицировать следующим образом:

1) по способу организации приема пищи за столом — сидя или стоя;

2) по участию персонала в обслуживании:

• полное, когда все операции (получение продукции, дос­тавка ее в зал, подача блюд и напитков, уборка посуды и т.д.) осуществляют официанты, что обеспечивает более высокую куль­туру обслуживания;

• частичное, когда ряд функций передается гостям (пере­кладывание пищи, наполнение бокалов), что позволяет уско­рить процесс обслуживания, сократить численность обслужива­ющего персонала;

3) по ассортименту блюд и напитков:

• общего назначения;

• банкет-чай;

• банкет-коктейль;

• фуршет-буфет.

Организация любого банкета включает прием и оформление заказа, подготовку к проведению банкета, обслуживание. Органи­зованная, четкая работа по подготовке к обслуживанию банкета зависит от того, насколько подробно и своевременно оговорены все детали проведения банкета между заказчиком и руководством ресторана. Поэтому желательно, чтобы тот, кто будет непосред­ственно руководить подготовкой банкета и обслуживанием гостей, был подробно информирован об особенностях данного заказа.

Заказы на обслуживание банкетов принимает непосредствен­но директор, метрдотель или менеджер по обслуживанию бан­кетов. Заказ может быть сделан письменно или устно (по теле­фону, в результате визита). В любом случае должны быть согла­сованы:

• дата проведения;

• повод для устройства банкета;

• место проведения (наименование или номер банкетного зала);

• время начала и окончания обслуживания;

• количество участников;

• примерное меню;

• стоимость обслуживания одного человека и всего банкета;

• условия оплаты;

• адрес и телефон заказчика.

При приеме заказа на банкетное обслуживание заказчику предлагают познакомиться с помещением для банкета, согласо­вывают с ним план расстановки столов, места почетных гостей (если это банкет за столом, то план размещения гостей за каж­дым столом в отдельности, исходя из нормы 60—80 см на одного человека), примерное оформление банкетного зала.

При заказе уточняется, будет ли подан гостям коктейль-апе­ритив, нужны ли цветы для украшения, музыка во время банке­та и место для танцев.

Очень важно, чтобы сотрудники, занимающиеся сбытом бан­кетных услуг, были обеспечены соответствующими технически­ми и наглядными средствами, например такими, как:

• цветные слайды, фотографии разнообразных по уровням цен и комплектаций буфетов, холодных закусок, горячих и хо­лодных блюд, предлагаемых в меню;

• изображение различных расстановок столов и стульев;

• возможности технического оснащения мероприятий ком­пьютерами, сценой, танцплощадкой, освещением, микрофона­ми, музыкальными инструментами;

• фотографии, видеофильмы проведенных мероприятий.

Заказ на банкет может быть принят за много дней до его проведения. Несмотря на то что примерное меню блюд огова­ривалось при принятии заказа, обычно его согласовывают с за­казчиком повторно за 2—4 дня до банкета.

При обсуждении меню рекомендуется приглашать шеф-по­вара. Специалист в "поварской униформе", внося определен­ный уровень доверия, способствует лучшему сбыту своей про­дукции, чем руководитель банкетного отдела.

При обслуживании банкетов, проводимых по особому поводу (дни рождения, свадьбы, производственные праздники, юбилеи), должны составляться соответствующие мероприятию программы.

При организации официальных банкетов-приемов вопросу размещения участников банкета за столом, а следовательно, и очередности их последующего обслуживания придается особое значение. Должны соблюдаться следующие правила размеще­ния гостей за столом:

• первым считается место справа от хозяйки приема банке­та, вторым — справа от хозяина;

• в отсутствии женщин первым считается место справа от хозяина приема банкета, вторым — слева от него;

• гость высокого ранга может сидеть напротив хозяина, в этом случае вторым будет место справа от хозяина;

• если хозяйка приема банкета отсутствует, ее место может занять одна из приглашенных женщин.

На банкетном столе согласно плану размещения гостей к прибору каждого участника банкета-приема, как правило, кла­дется карточка, в которой указываются фамилия и инициалы, а иногда и звания приглашенных.

При подготовке к проведению банкета необходимо опреде­лить число официантов и других работников, требующихся для его обслуживания. Необходимое число официантов определяет­ся в зависимости от сложности меню, частоты смены приборов, удаленности банкетного стола от раздачи, сервизной, посудомо­ечной, буфетов, расположения подсобных столов, обеспечен­ности посудой и т.п.

Непосредственно в день банкета менеджер или метрдотель проводит с официантами инструктаж, во время которого сооб­щает им, кто и в честь кого или какого события устраивает бан­кет, уточняет время начала банкета, количество и примерный состав его участников по национальности, полу, возрасту и т.д., знакомит официантов с планом расстановки столов, количес­твом гостей за каждым из них и планом размещения участников банкета за столом, сообщает меню блюд и напитков, особеннос­ти сервировки банкетного стола, уточняет, будет ли подан апе­ритив, какие напитки и закуски подавать во время аперитива, сколько он будет продолжаться, где подавать кофе и чай, сколь­ко кофейных столов придется обслуживать.

## Характеристика и виды меню

Важнейшим элементом управления процессами обслужива­ния гостей на предприятиях питания является меню. Его образ­но называют "полномочным представителем" ресторана, осу­ществляющим постоянную связь предприятия с гостями.

Меню — это перечень расположенных в определенной по­следовательности закусок, блюд и напитков, которые имеются на предприятии (в ресторане, кафе, баре) в течение всего време­ни работы залов. При составлении меню должна учитываться следующая последовательность предложения блюд:

I. Фирменные блюда.

II. Закуски (холодные и горячие).

III. Супы.

IV. Основные блюда (отдельно рыбные, мясные, вегетари­анские).

V. Сладкие блюда.

VI. Напитки (безалкогольные, горячие, алкогольные).

При большом выборе напитков рекомендуется составить их отдельное меню. Предложение напитков оказывает решающее значение на успех работы большинства предприятий питания. Поэтому очень важно привести в меню правильный выбор на­питков, при этом максимально учесть желания гостей.

Напитки обычно делят на две большие группы: алкогольные и безалкогольные.

Алкогольные напитки в свою очередь подразделяются на три подгруппы: вина, пиво, спиртные напитки.

В последние годы в сознании людей укоренилась мысль, что минеральная вода — составная часть хорошей еды. Предлагая в меню минеральную воду, следует представить:

• местную природную минеральную воду;

• национальную природную минеральную воду;

• минеральную воду международного значения (Perrier, Evian);

• минеральную воду без газов;

• родниковую воду;

• столовую воду (Bonaqua).

В меню напитки могут быть также разделены:

1) по форме предложения (розлива) — с использованием бо­калов, фужеров, рюмок; в закрытом графине; в бутылках;

2) по возрасту — сначала указываются "молодые" вина (орди­нарные), затем выдержанные;

3) по размерам цен — сначала указываются дешевые вина, затем дорогие.

Дополнительно в меню могут содержаться описания вкусо­вых качеств напитков. К примеру, для вина: букет нежный, тон­кий, богатый; вкус полусладкий, сладковатый, сладкий, кисло­ватый, терпкий, с горчинкой и т.д. Однако подобными рекомен­дациями не стоит злоупотреблять, так как после пробы напитка у гостя может возникнуть впечатление, что указанные качества не соответствуют действительности.

При составлении меню следует различать ширину и глубину предложения блюд и напитков.

Под *шириной* предложения понимается большой выбор самых разнообразных блюд и напитков: мясных блюд из дичи, птицы, свинины, телятины, рыбных блюд из морской и речной рыбы, вегетарианских, мучных блюд, горячих, алкогольных, безалко­гольных напитков. *Глубина* ассортимента предполагает наличие вариантов блюд из определенного продукта. Глубокий ассорти­мент предлагают специализированные предприятия — рыбные, молочные, вегетарианские рестораны, пиццерии, пельменные.

В зависимости от контингента обслуживаемых гостей, типа и мощности предприятия питания, применяемых форм и методов обслуживания и других факторов различают следующие ***виды меню****.*

*Меню "а ля карт " (a la carte).* Указывает порционные блюда с индивидуальной ценой на каждое. Этот вид чаще всего исполь­зуется в дорогих ресторанах, расположенных в высококатегорийных гостиничных комплексах, где концепция обслуживания гос­тиницы и ресторана позволяет создать наиболее дорогие и ком­фортные условия.

*Меню "табльдот "(table d'hote).* Предлагает выбор одного или более вариантов каждого блюда по фиксированным ценам. Этот вид меню широко используется на предприятиях питания при гостиницах, так как гости считают его экономичным.

*Меню "дю жур" (du jour) —* меню дежурных (дневных) блюд.

*Туристское меню.* Строится так, чтобы привлечь внимание туристов, акцентируя дешевизну и питательные качества блюд, являющихся существенной информацией для туриста.

*Калифорнийское меню.* В некоторых калифорнийских ресто­ранах можно заказать любое блюдо в любое время суток.

Большинство ресторанов имеют заранее определенные ме­ню, которые не меняются день ото дня. Такие меню называются *статичными.* Содержание статичных меню может меняться толь­ко по причине включения в него сезонных продуктов либо за­мены блюд, не пользующихся спросом.

Противоположностью статичному меню является *цикличное* меню. Оно предлагает определенный перечень блюд и напит­ков, который повторяется через какой-то период.

### Составление меню

Составление меню считается сложным делом. Это одновременно наука и искусство, требующие большого практического опыта и учета разнообразных факторов, к которым прежде всего относятся:

• предпочтения гостей;

• численность и квалификация персонала;

• наличие разнообразного кухонного оборудования и его мощность;

• наличие и свежесть необходимых ингредиентов.

При составлении меню также учитывают результаты качес­твенного анализа меню.

*Предпочтения гостей.* Меню составляется с мыслями о гос­тях, а не о том, что любит владелец и может приготовить шеф-повар. Меню должно соответствовать профилю и концепции рес­торана. Например, если концепция обращена к широкому кругу гостей со средним достатком, то в меню обязательно должен быть предусмотрен широкий (но не глубокий) ассортимент блюд и напитков со средним уровнем цен на них. Причиной успеха многих известных предприятий питания явилось то, что они смогли сфокусировать свои концепции на вкусах и пожеланиях гостей, прежде всего получивших отражение в меню.

*Численность и квалификация персонала.* Учет данного факто­ра позволяет ответить на вопросы:

1. Достаточна ли численность персонала для того, чтобы спра­виться с потоком заказов в часы пик?

2. Соответствует ли профессиональное мастерство персона­ла (поваров, официантов) ожиданиям гостей?

Извечной проблемой для всех предприятий питания являет­ся рациональное распределение рабочей нагрузки в течение дня, в особенности, когда предприятие предлагает широкий ассор­тимент блюд и напитков. В решении этой проблемы огромное значение уделяется расчету потребности в персонале обслужи­вания и построении рабочего графика, максимально учитываю­щего всплески и спады активности гостей.

Определяющим показателем профессионального мастерства и квалификации персонала является его соответствие условиям кон­кретного предприятия, имеющего меню с определенным числом блюд определенной сложности и обслуживающего определенное число гостей. В современных больших ресторанах высокое качество блюд и быстрота обслуживания достигаются за счет глубокой специ­ализации выполнения производственных процессов. К примеру, классическая кухонная бригада (Le service de cuisine), состав которой продумал еще ЖоржАгюст Эскофье (1847-1935), включает в себя:

1) шеф-повара *(фр.* maitre saucier);

2) заместителя шеф-повара (sous chefs). Поскольку шеф-повар тратит много времени на административную работу, повседневное руководство рабочими сменами приходится осуществлять его за­местителю. В зависимости от размера предприятия может быть несколько заместителей: один или два отвечают за дневную смену, один — за вечернюю, один — за банкеты и т.д.;

3) сменного повара (chef de rartie);

4) специалиста по соусам (saucier);

5) специалиста по жаркому (rotisseur). Готовит жареные и тушеные блюда из мяса, птицы, рыбы, гриль, шашлыки;

6) специалиста по супам;

7) специалиста по холодным мясным закускам (qarde manqer). Обрабатывает сырое мясо, делает холодные закуски, паштеты, салаты;

8) банкетного повара. Готовит по меню банкетов;

9) специалиста, занимающегося приготовлением сладких блюд, всевозможной выпечки (patissier);

10) специалиста по приготовлению овощных блюд и гарни­ров (entremetier).

Широкий выбор напитков, предлагаемых в меню, требует наличия в бригаде официантов специалиста по винам *(фр.* sommelier).

*Наличие разнообразного кухонного оборудования и его мощность.* При составлении меню очень важно учесть этот фактор. Про­блема учета мощностей обусловлена широким разнообразием блюд в меню, приготовление которых требует сложной техноло­гии и соответствующего оборудования.

Во время функционирования ресторана, кафе, бара перестрой­ка кухонного оборудования обходится очень дорого. В этом случае проще изменить меню, приспособив его к уже имеющемуся обо­рудованию. Меню должно быть составлено так, чтобы равномерно задействовать имеющиеся мощности. Меню, которое перегружает определенную часть оборудования, например гриль, бройлер или фритюр, снижает его производительность, замедляет обслужива­ние и делает контроль за качеством более затруднительным.

Тенденции 70—80-х годов двадцатого столетия, среди кото­рых главной было стремительное развитие цепей предприятий общественного питания, привели к тому, что к разработке и подготовке меню стали относиться как к серьезной науке. Ме­ню было положено в основу строительства и поставки оборудо­вания. Предприятия стали закупать и устанавливать строго оп­ределенное оборудование, необходимое для приготовления блюд, предусмотренных в меню.

*Наличие и свежесть необходимых ингредиентов.* Большинство ингредиентов, необходимых для приготовления блюд, должны иметься в наличии круглый год. Клиентов важно правильно про­информировать о том, из каких продуктов были приготовлены блю­да: из свежих, замороженных, консервированных, сушеных и т.д. Следует также иметь в виду, что одни и те же блюда в разное время года имеют различные цены, что прежде всего обусловлено сезон­ными изменениями цен на продукты (к примеру, свежие овощи и фрукты намного дешевле летом и осенью, чем зимой и весной).

***Качественный анализ и оптимизация меню.*** Цель качествен­ного анализа меню состоит в том, чтобы сократить ассортимент предлагаемых блюд, оставив лишь те, которые пользуются наи­большим спросом и приносят высокую прибыль. Меню не дол­жно представлять кулинарный справочник.

Известны несколько классических методов анализа меню. Один из старейших методов был предложен Джеком Миллером. В осно­ве его анализа лежит разделение ассортимента блюд на две группы:

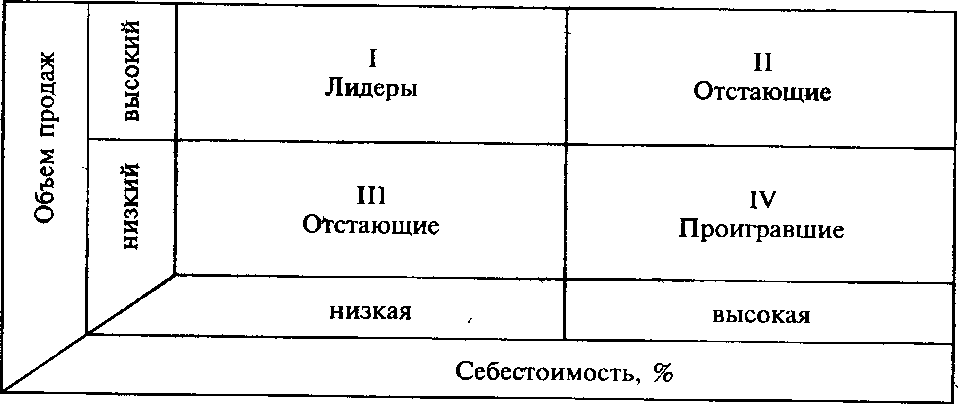
1) блюда, пользующиеся спросом клиентов,

2) блюда, не пользующиеся спросом клиентов.

Пользующиеся высоким спросом блюда Джек Миллер называл "победителями", несмотря на низкий процент рентабельности.

В основе других методов качественного анализа меню лежит разбивка ассортимента блюд на четыре основные группы (каж­дая — с наименьшими и наибольшими объемами спроса (про­даж), прибылью и другими показателями), а затем оптимизация меню на основе сравнительного анализа.

Метод Миллера, разработанный в 1980 году, предполагает следующую матрицу: вертикальная ось координат — объем про­даж, горизонтальная ось координат — себестоимость (в процен­тах) (рис. 23). Лучшими ("лидерами") признаются блюда с наи­меньшей себестоимостью и большим спросом (объемом продаж).

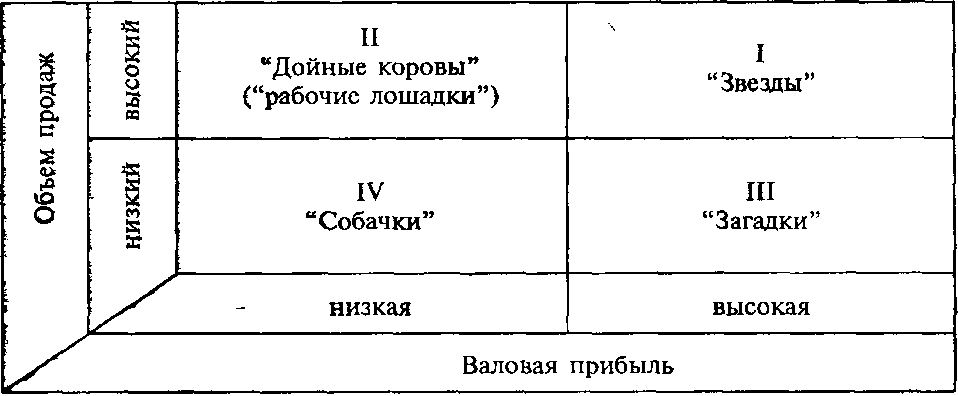
****

*Рис. 23. Анализ меню по методу Миллера*

В 1982 году профессором Вашингтонского университета Доналдом Смитом в учебном курсе "Инжиниринг меню" была пред­ложена схема, состоящая из четырех позиций, оценивающих каж­дое блюдо в меню. Блюда, занимающие наилучшую позицию, называются "звездами" (рис. 24). Они обладают высокой вало­вой прибылью (горизонтальная ось координат) и самым высо­ким объемом продаж (вертикальная ось), причем валовую при­быль Смит определяет как разницу между ценой и себестоимос­тью — без учета объема продаж.

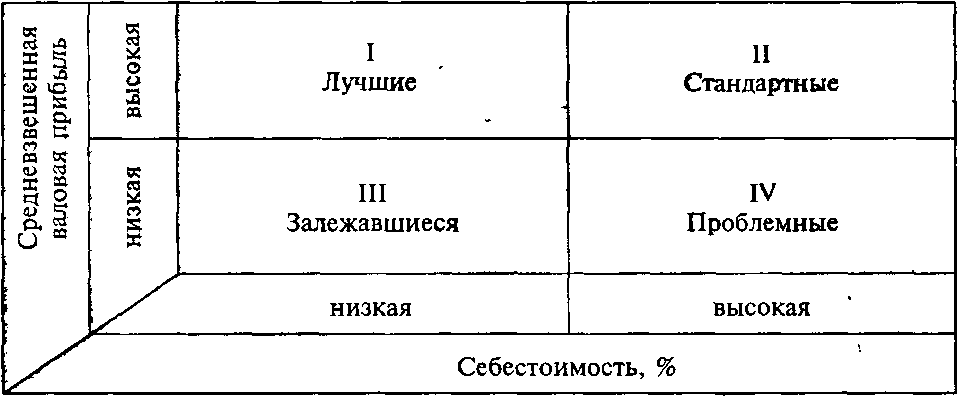
Противоположную (наихудшую позицию) в матрице зани­мают блюда "собачки".

В меню каждого предприятия обычно присутствуют все че­тыре позиции блюд: от "звезд" до "собачек". Менеджеры стре­мятся увеличить число "звезд" и вовсе избавиться от "собачек". Однако на практике сделать это очень трудно, поскольку случа­ется так, что сегодняшняя "звезда" завтра надоедает гостям и превращается в "загадку" или "рабочую лошадку". И наоборот, блюдо "загадка" превращается в очередную "звезду".

****

*Рис. 24. Анализ меню по методу Д.Смита*

В 1983 году Дэвид Пэйвесик для анализа меню предложил руководствоваться комбинацией трех переменных: себестоимос­тью блюд, валовой прибылью, объемом продаж (рис. 25).

****

*Рис. 25. Анализ меню по метолу Д.Пэйвесика*

В предложенной матрице лучшие позиции — у блюд с низ­кой себестоимостью и высокой валовой прибылью (средневзве­шенной), дополненной высоким объемом продаж.

Проводя сравнительный анализ меню по всем предложен­ным методам, в обязательном порядке необходимо учитывать следующие условия:

• различные группы блюд в меню (закуски, основные блю­да, десерты и т.д.);

• время еды (ланч, ужин и т.д.) и форму обслуживания;

• размер ресторана и тип управления;

• период действия анализа.

***Точность составления и внешние особенности оформления меню.***Меню должно содержать перечень именно тех блюд, которые есть в наличии или могут быть приготовлены для гостей.

Внешний вид меню должен отражать рыночную концепцию, облик и дизайн предприятия. Палитра, используемая при офор­млении меню, должна соответствовать цветовой гамме, исполь­зуемой при отделке помещения ресторана. Размер и четкость шрифта определяются с учетом освещенности зала, так как сла­бое освещение в зале затрудняет гостям чтение меню.

Меню может быть напечатано на различных материалах: от тонкой бумаги разового пользования до специально выделан­ной кожи или пергамента. Однако чаще всего меню печатают на недорогой бумаге, которую потом вкладывают в прочную об­ложку длительного пользования.

Часто используется многоцветная печать с фотографиями (ри­сунками) предприятия, его залов, фирменных и национальных блюд. Несмотря на то что украшение карты меню помещением на ней фотографий блюд "звезд" или "загадок" широко исполь­зуется в ресторанном бизнесе, отношение к этому специалистов неоднозначно. Так, французские специалисты склоняются к то­му, что всякие картинки и фотографии на карте меню ни к че­му. Клиент должен вообразить блюдо, а не рассматривать его на фотографии.

Часто в меню используется описание блюд. В данном случае важно указать ингредиенты, которые хочет подчеркнуть шеф-повар. Простое перечисление названий блюд, пусть и ориги­нальных (к примеру "Кантата", "Эвлега", котлета "Варшава"), ничего не скажет клиенту. Если в меню описания блюд отсут­ствуют, официант должен быть готов в устной форме рассказать об их составе и особенностях приготовления.

При составлении меню особое отношение требуется к пред­ложению десерта. Десерт — это традиционный финал настоя­щей трапезы. В его точном кулинарном понимании это не про­сто завершающее блюдо стола. Смысл всякого десерта — не до­бавить сытости, а, наоборот, снять ощущение послеобеденной тяжести, не вызвать у клиента желание заснуть. Основное правило при предложении десерта следующее: выбор десертов должен быть небольшим, однако при этом не следует экономить место в меню. Совершенно недопустима в меню следующая запись:

"Фрукты в ассортименте" или "Мороженое в ассортименте". Настоящий, хорошо и "вкусно" преподнесенный десерт в карте меню — это лицо ресторана. Как последнее блюдо десерт обяза­тельно запоминается гостями.

В меню не допускается никаких исправлений от руки, под­тирок, помарок.

При осуществлении заказа в ресторане пользуются опреде­ленными правилами подачи меню. Меню подают правой рукой с правой стороны гостя в раскрытом виде на той странице, где перечислены фирменные блюда или холодные закуски.

Если гостей двое — мужчина и женщина, то меню предлага­ют мужчине, который сам передает его даме. После того как дама сделает выбор, мужчина диктует заказ официанту.

Если пришла группа, меню подают старшему или старшей по возрасту.

Если в группе есть мужчины и женщины, то меню подают тому гостю, который обратился к официанту. Если гостей много, желательно принести несколько экземпляров меню.

Подав меню, официант должен предоставить время сделать выбор и подойти к столу вновь, когда гость положит меню на стол или пригласит его.

**ТЕМА 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ**

**Содержание, цели, мотивы и функции культурно-досуговой деятельности**

Под *содержанием досуговой деятельности* подразумеваются:

• непосредственные переживания, впечатления и состояния, которые испытывает человек, включенный в конкретный вид досугового занятия и тем самым удовлетворяющий свои потребности;

• осмысление человеком воспринимаемой информации, художественных образов, общего культурного контекста, который в этой время оказывается в фокусе его внимания;

• его оценки, которые возникают у него по поводу качества отдыха, а также услуг, если они ему оказываются в этом процессе.

Естественно, что в период досуга человек стремится испытать положительные эмоции, сосредоточиться на конструктивных мыслях, получить качественный сервис — словом, добиться тех состояний, которые связаны с рекреационным эффектом.

Для огромного числа людей источником положительных состояний становятся *позитивные сенсорные впечатления и эмоции.* У подавляющего числа людей такие впечатления и эмоции складываются в результате движения и физических нагрузок на свежем воздухе, восприятия приятной для глаз природно-ландшафтной среды, глубокого ночного сна. Особая разновидность досуга, вызывающая положительные сенсорные состояния, связана с поглощением разнообразной, красиво поданной и вкусной пищи, пребыванием в эстетически привлекательном пространстве, комфортном помещении. Перечень положительных сенсорных впечатлений отображает предпосылки для рекреационного эффекта, которые люди обычно стремятся обрести в течение как кратковременного, так и долгосрочного досуга.

Другой фактор, позволяющий добиться желаемого содержания, связан с *реализацией человеком на досуге своих устремлений, воплощения собственной жизненной позиции.* В качестве примера сошлемся на досуг верующих людей, членов политических организаций или общественных движений. Верующие люди нередко используют отпускное время на паломнические поездки, на участие в жизни церковного прихода, общины. Люди, увлеченные общественной деятельностью, способны посвящать свободное время политическим мероприятиям. Например, на рубеже ХХ-ХХ1 вв. антиглобалисты не раз собирали десятки тысяч своих сторонников в разных странах в том или ином городе планеты на определенный срок (от 3 до 10 дней) для того, чтобы на конференциях, форумах, демонстрациях протеста заявить о своих целях, обсудить актуальные задачи движения.

Таким образом, это направление досуга, связанное с реализацией личных убеждений, можно обозначить, как обращение человека к *любимому делу (хобби).* Тот, кто не в состоянии реализовать себя на работе, кого угнетает однообразие повседневного существования, в свободное время стремится восстановить баланс между напряжением и рекреацией в любимом занятии, в котором можно проявить себя с наибольшей свободой и широтой. Занятия-хобби позволяют разным людям сохранять чувство самоидентичности, ощущать состояние творческого подъема, самореализации. Они весьма многообразны и вариативны. Такие занятия различаются по характеру, содержанию, формам проведения: коллекционирование спичечных коробков или изобретательство, вышивание или рыбалка, сочинение стихов или игра в домино с соседями. Диапазон содержательных направлений, индивидуальных предпочтений в таких занятиях исключительно велик. В наше время он еще более расширяется за счет появления новых увлечений, связанных с техническими возможностями, современными реалиями жизни.

В силу глубокого погружения человека в предмет увлечения хобби наделено исключительно высоким рекреационным эффектом, хотя со стороны порой может показаться, что человек занят пустяками. Однако организаторы досуга давно поняли, что такие увлечения открывают для бизнеса поистине безграничные возможности. Изучив наиболее массовые виды самодеятельно-досуговых занятий, они предлагают на рынке услуги и товары, которые работают на потребительский спрос.

Укажем еще одну разновидность содержательного досуга, связанного с обращением и осмыслением профессионального *искусства и народной культуры* (своей или чужой). Это одна из наиболее устойчивых и масштабных разновидностей досуговой деятельности, способная выполнять множество рекреационных функций, притягивать к себе масштабные аудитории в разные исторические периоды у разных народов.

Остановимся на *восприятии произведений искусства.* Люди обращаются к искусству по-разному — с неодинаковыми целями, затрачивая разный объем времени и т.п. Обычно человек проявляет интерес не к искусству в целом, а к некоторым его видам и жанрам, которые привлекают его в наибольшей степени. Одни группы аудитории искусства относятся к сторонникам получения художественных впечатлений от живого творческого процесса или от оригинальных произведений искусства в театре, филармонии, музее, выставочном зале и др. В этом ряду выделяются поклонники известных артистов, певцов, музыкантов-исполнителей.

Другие любители искусства реже взаимодействуют с авторами и исполнителями разных произведений, так как ограничиваются обращением к продукции культурной индустрии — музыкальным записям, кинофильмам, телепрограммам и др. Они читают книги дома или в библиотеке, смотрят телевизор, слушают музыкальные записи и др.

В проведении досуга и освоении искусства особо важна роль *средств массовой информации* (СМИ). Технические каналы связи, а также разнообразная техника предоставляют многомиллионной аудитории почти неограниченные возможности знакомиться с искусством, получать художественные впечатления не только в домашних условиях, но и в различных ситуациях практически в любое время суток.

Например, музыкальные записи можно слушать даже в городском транспорте. Однако в этом случае заметно снижен художественно-психологический эффект восприятия. Многие любители не считают данный факт препятствием для удовлетворения своих эстетических потребностей, хотя объективно его следует признать таковым, так как он сопровождается немалым числом социально-психологических, художественных и педагогических издержек в сравнении с восприятием «живого» искусства или художественных подлинников. Но наряду с издержками данный способ обращения к искусству позволяет любителям формировать личные коллекции — художественной и искусствоведческой литературы, копий картин и изопродукции, фильмотек, музыкальных звукозаписей и т.п.

К информационному типу содержательного досуга, который развивается на основе технических средств, следует отнести обращение людей к общественно-политической и научной информации — просмотру телепередач, прослушиванию радио, работе в Интернете. В наше время подобная информация также сравнительно доступна. Различные информационные средства весьма многообразны и конкурируют друг с другом. Совокупная дневная аудитория СМИ в разных странах исчисляется миллиардами слушателей и зрителей.

Особо следует сказать о таком варианте увлечения искусством, который связан с *любительскими художественными занятиями:* музицированием, участием в спектаклях, изготовлением художественных изделий, рисованием т.п. Такой способ освоения искусства на досуге связан с глубоким и эффективным погружением человека в мир прекрасного, признанием высокой миссии искусства в общественном развитии.

Назовем еще один вариант увлечения искусством на досуге — *знакомство с историческими памятниками и художественными шедеврами культуры других народов.* Человек тратит свободное время на дальние поездки, посещает другие страны для осмотра интересующих его музеев, бывает на популярных кинофорумах или театральных фестивалях.

Значимое для человека и общества содержание досуга формируется на основе позитивных *социально-психологических и межличностных контактов* — общение с интересным собеседником, взаимодействия с родственниками, друзьями, проведение досуга с любимым человеком.

В ходе таких контактов каждый может пережить эмоциональный подъем, расширить кругозор, углубить свои знания, получить заряд бодрости. Особая развивающая роль принадлежит досугу, проводимому с любимым человеком. Состояние влюбленности, накал эмоций и чувств, которые юноша и девушка испытывают в эти моменты, а также их беседы, душевное и духовное взаимодействие — все это придает общению неповторимый, запоминающийся характер. Мировое изобразительное искусство, а также поэтические, художественно-прозаические и даже религиозные тексты, начиная с библейской «Песни песней» и кончая современной любовно-поэтической лирикой, полны отображением тех переживаний и мыслей, которые испытывает каждый человек, когда остается наедине с объектом своих чувств.

Специфическое и яркое содержание досуговой деятельности формируется благодаря непосредственному участию в *игре, соревновании* или в процессе *наблюдения за их ходом.*

Любая игра в яркой, отчетливой форме демонстрирует свой свободный, непрогнозируемый, спонтанный характер. Игра по приказу или имитация игры для знатоков уже не является игрой. Все любители игры играют потому, что испытывают удовольствие от этого занятия. Участники любой игры и даже наблюдатели переживают повышенную степень азарта.

Азарт связан с накалом страстей, сильным человеческим возбуждением, которое способно стремительно менять направленность — от бурного ликования к досаде, гневу, унынию — в зависимости от индивидуальных пристрастий и хода игры. Нередко подобная степень вовлеченности в игру сопровождается столь сильным возбуждением человека, что он частично утрачивает контроль над ситуацией и своим поведением. Именно эта вершина азарта более всего ценится любителями шахмат, спортивных состязаний, карточной игры, скачек.

Крайние проявления азарта могут увлечь человека настолько, что он, втягиваясь в подобные переживания, становится игроманом. Не случайно в специальную категорию игр выделяют те, которые порождают у человека постоянное желание вновь и вновь испытать чувство азарта, подстегиваемое возможностью большого выигрыша или утраты своих денег. Если речь идет об азартных играх с немалыми ставками, то такой человек может тратить на увлечение значительную часть своих доходов, забывая о выполнении трудовых и семейных обязанностей, что ведет к конфликту между ним и социальным окружением. Такой человек нуждается в помощи психотерапевтов.

Мы выделили основные содержательные аспекты досуга. Существуют и другие содержательные стороны, имеющие второстепенный характер. Многие специализированные виды и формы досуга включают в себя множество других возможностей. Другими словами, в том или ином виде досуга пересекается множество разных содержательных аспектов.

Рассмотрим в качестве примера деятельность фитнес-клубов, выполняющих рекреационную роль (нормализация психологического состояния, спортивно-физическое развитие человека и др.). Посетителям фитнес-клуба предлагают определенный набор услуг спортивно-оздровительного медицинского и санитарно-гигиенического характера (занятия на тренажерах, массаж, водные процедуры в бассейне, руководство тренеров, медицинский контроль за состоянием организма, снабжение средствами для банных процедур после занятий и др.). Во многих случаях эти услуги могут дополняться помощью в психологической реабилитации, услугами общественного питания (предлагаются напитки, легкие закуски, десерт и т.п.). В выходные дни может быть организован выезд на природу для занятий спортом на свежем воздухе. Все это способствует созданию в клубе атмосферы доброжелательности, активного дружеского общения, что мотивирует многих людей добиваться статуса постоянного члена клуба.

Вместе с тем немало досуговых занятий изначально имеют многоцелевой характер, что позволяет интегрировать в них одновременно разные содержательные компоненты. Например, насыщены многообразным содержанием такие досуговые формы, как клубный отдых, многие формы туризма, праздничные гулянья, зрелищно-массовые мероприятия.

Наиболее многообразны по содержанию массовые празднества, спортивные соревнования, туристские путешествия и т.п. Таким образом, в свободное время человек стремится реализовать множество неутилитарных потребностей, испытать специфические состояния, мало связанные с повседневностью, пережить благотворный эффект оздоровительных эмоций, возвышенных состояний, утонченных чувств.

**Субъективные цели и мотивы культурно-досуговой деятельности.** Цели и мотивы человека, обращающегося к тем или иным досуговым занятиям, как правило, формируются на основе привычек, склонностей характера, жизненного опыта. Вместе с тем человек стремится на досуге познакомиться с чем-то любопытным, узнать что-то для себя новое. Он способен ошибаться, оценивая те или иные досуговые занятия и свое отношение к ним, ведь он судит об этом субъективно. Поэтому организаторы досуга не должны переоценивать его мотивацию относительно того или иного занятия. Но нельзя и недооценивать ее. Только сам человек может выступать экспертом своего досуга.

Под *целями досуга* понимаются представления о совокупном результате, которого хочет добиться человек в тех или иных досуговых занятиях и которые осознаются им как предпочтительные, желаемые. Субъективные цели человека более специфически обусловлены, нежели цели прагматических занятий. Если в трудовой деятельности, в домашнем хозяйстве человек руководствуется в основном целями, связанными с практической пользой, экономией физических сил, материальным эффектом своей работы, то цели досуга человек пытается вывести за утилитарные рамки. В конечном счете цели, безусловно, выполняют положительные или негативные функции, связанные с рекреацией, хотя сам человек видит в них возможность получить удовольствие.

Главное в досуге — гедонистический, неутилитарный характер проведения свободного времени, свобода от привычных обязанностей, реализация тех аспектов внутреннего развития, которые затруднительно осуществить в других областях практики. Поэтому досуг в представлении человека контрастен рабочим будням, общественным обязательствам, домашним нагрузкам.

*Мотивы досуга* имеют более сложный характер, чем цели. Если цели досуга чаще всего формулируются самим человеком, то мотивы (совокупность внутренних предпосылок и внешних причин) не всегда им осознаются в полной мере и во всем объеме. Они могут приобретать как открытый, так и неявный для других и для человека характер, оцениваться как вынужденные (внешние), так и добровольно принятые (внутренние).

Мотивацию досуга далеко не всегда можно определить по высказываниям человека. Здесь, как правило, сложно переплетены потребности, рациональные цели, бессознательные влечения, неявные желания и комплексы человека. Мотивы обращения к тому или иному виду досуга исключительно разнообразны, весьма гибки, подчас прихотливы, отображая субъективные предпочтения, внешние обстоятельства, а также скрытые установки, которые сам человек не всегда может рационально осмыслить.

Например, врачи предписывают больному человеку провести отпуск в профильном санаторно-лечебном учреждении. Но он выбирает для отдыха модный курорт, где трудно найти специалиста по его заболеванию, уверяя окружающих, что быстро поправит здоровье. В этом случае мотивы его поведения не связаны с желанием лечиться; они в большей степени ориентированы на новые знакомства и свободу действий.

Мотивация, направленная на обретение *свободы в условиях досуга и отдыха,* по мнению исследователей, одна из базовых характеристик досуга. Свободное время и досуг рассматриваются многими людьми как антипод принуждения, как противоположность общественным и семейным обязанностям. Действительно, сравнительно с обязанностями на работе, с функциональными нагрузками в домашнем хозяйстве человек на отдыхе может в полной мере ощутить добровольность своего выбора того или иного занятия. Фактор свободы действий весьма важен для человека, позволяя ему компенсировать ее отсутствие, которое он ощущает на работе и дома, в условиях динамичной и насыщенной жизни в современных городских условиях.

Однако исследователи и организаторы досуга обязаны подходить к свободе выбора досуговых занятий критически. Американский социолог Г. Маркузе считает досуг несвободным в той мере, в какой он регулируется бизнесом, а также зависит от экономического положения общества и конкретного человека. Если семье сложно выделить деньги на отдых, то вряд ли правомерно говорить о свободе выбора досуговых форм.

Кроме того, формы как домашнего, так и организованного досуга могут иметь весьма *стандартные формы,* которые способны свести к нулю достоинства досугового времяпрепровождения. «Свобода стандартного, шаблонного досуга — мнимая свобода. Вместо обогащения человека культурой она усугубляет процесс его обезличивания» . Особенно не свободным может стать обращение человека к компьютерным играм и телевидению, где изобилуют однотипные, развлекательные игры и материалы, не затрагивающие ум, душу. Такой досуг усугубляет автоматизм повседневной практики.

Назовем еще одно ограничение свободы. В организации досуга нельзя недооценивать роли исторических этнонациональных традиций, а также их ослабление и появление инноваций в проведении свободного времени. Разнообразие традиций, неодинаковое общественное мнение обусловливают различия досуга в разных странах. Один и тот же вид досуга может быть законодательно разрешенным в одних странах и запрещенным или неизвестным в других. Укорененные в одной культуре виды досуга далеко не всегда могут быть быстро приняты и освоены представителями другой культуры. Нередкой бывает ситуация, когда после длительного периода привычное досуговое занятие исчезает из социальной практики.

В начале XXI в. в Англии создалась конфликтная ситуация здесь стал обсуждаться проект закона, запрещающего охоту на лис в сопровождении своры собак. Это развлечение имело многовековую историю и было характерно для мужчин из привилегированных семей. Однако постепенно демократические круги англичан, члены экологических движений стали настаивать на запрете этой «безнравственной» забавы. Против запрета выступали не только охотники, но и заводчики собак и помощники охотников, а также сторонники сохранения английских традиций. Однако в начале 2005 г. вступил в силу закон, положивший конец этому традиционному занятию английских аристократов.

**Переплетение разных целей и мотивов в выборе досугового занятия.** Кроме мотивов, связанных с рекреационными целями, с достижением свободы действия, культурно-досуговая деятельность содержит важные для внутреннего развития личности возможности: расширение жизненного опыта, осмысление собственного и чужого существования, умножение социальных коммуникаций и индивидуальных форм общения, наличие творческого начала, получение тактильных, зрительных и вкусовых ощущений и др.

Дж. Дюмазедье считает, что досуг представляет собой единство трех мотивационных устремлений, играющих важную роль в развитии индивида: а) желание добиться релаксации и разнообразия переживаний; б) увеличить объем своих знаний, создать условия для игры эмоций и памяти; в) расширить возможности своего участия в спонтанном социальном участии и непосредственном межиндивидуальном общении.

Это означает, что человек, добиваясь состояния бодрости и рекреационного эффекта в процессе досуговой активности, способен одновременно реализовать сразу ряд своих потребностей. Таким образом, досуговые занятия способны создавать у человека ощущение целостности своего внутреннего мира, полноты собственного бытия, особенно за счет наполнения досуга позитивным и конструктивным содержанием.

Представления о мере этой полноты и целостности у разных людей неодинаковы. Если одни стремятся в свободное время пополнить свое образование, расширить кругозор и круг знакомств, то другие хотели бы хорошо выспаться или провести время в кругу близких родственников. Но даже с учетом разных мотивов, неодинаковых целей и содержания досуговых занятий было бы ошибкой недооценивать их значимость как для самого человека, так и для общества.

**Функции досуговой деятельности в жизнедеятельности человека.** Человек сравнительно легко способен сформулировать цели и мотивы своего досуга, но ему сложно говорить о *функциях досуга,* т.е. о его целостном предназначении и месте в жизни.

Ранее мы анализировали отдельные функции досуга. Здесь представим их в обобщенном виде. Досуг создает для человека возможности реализовать потребности и аспекты его внутреннего развития, что невозможно в полной мере в деловой сфере, в домашнем хозяйстве, на фоне повседневных забот. Тем самым *реализуются компенсаторные функции,* поскольку в утилитарных областях практики ограничена свобода действий и выбора. Здесь человек далеко не всегда может реализовать свой творческий потенциал, обратиться к любимым занятиям, пережить развлекательный эффект, снимающий внутреннее напряжение, и т.п.

Особо следует выделить *воспитательные и просветительные* функции досуга. На первый взгляд может показаться, что они значимы в основном для детей и юношества. Действительно, в период социализации и индивидуального развития личности досуг приобретает огромное воспитательное значение. Вместе с тем эти функции остаются важнейшими и в более зрелом возрасте человека. В это время ему в меньшей степени, но все же необходимо расширять кругозор, сохранять социальные связи, отзываться на требования времени. У взрослых подобные процессы исследователи называют не воспитанием, а вторичной социализацией, что по существу тоже связано с индивидуальным развитием. Досуг располагает широкими возможностями осуществлять эту вторичную социализацию взрослых и пожилых людей с наибольшим эффектом.

В повседневной жизни досуговая активность выполняет множество различных функций *рекреационно-оздоровительного и терапевтического типа.* Без их реализации у многих людей неизбежно формируются состояние стресса, повышенный невротизм, психическая неуравновешенность, переходящие в устойчивые болезни.

Кроме того, досуговая активность позволяет личности *осознать противоположные векторы своего существования. С* одной стороны, досуговые занятия создают возможность межличностного взаимодействия со многими незнакомыми людьми (во время праздников, массовых зрелищ, путешествий и т.п.) и тем самым рождают ощущение единения, всеобщей связанности людей друг с другом. С другой стороны, человек на досуге нередко стремится остаться один, ощутить умиротворяющий эффект уединения, задуматься над теми сторонами своего бытия, которые в повседневных заботах не попадают в фокус его внимания. Вместе с тем, на отдыхе человек без труда завязывает знакомства, спонтанно и дружески взаимодействует с разными людьми. Но эта свобода позволяет глубже понять особую значимость близких людей, осознать роль семейно-родственных отношений.

В целом досуговая активность способна выполнять функции оздоровления психики, развития внутреннего мира, расширения индивидуальной жизненной среды. Таким образом, досуг интегрирует множество разрозненных аспектов жизни человека в единое целое, формируя у него представления о полноте своего существования. Без досуга жизнь современного человека была бы не только ущербной, она лишилась бы одного из своих базовых стержней, стала бы труднопереносимой.

**Разновидности досуга и классификация досуговой деятельности**

Виды досуговой деятельности и занятий человека в свободное время весьма многообразны по содержанию, типологическим свойствам, различны по формам проведения и организации. Существовавшие в прошлом, а также современные типы, виды и формы досуга действительно трудно охарактеризовать исчерпывающим образом, так как они имеют почти безграничный спектр проявлений. Разновидности досуга к тому же постоянно умножаются за счет рождения новых видов и форм.

Свести в единую схему все разновидности досуга и досуговых занятий не представляется возможным. В процессе анализа обычно используются отдельные подходы и частные схемы, позволяющие классифицировать наиболее освоенные разновидности досуга, а также массовые формы его организации. Рассмотрим важнейшие типы досуга по ряду критериев, которые формируют эти типы, виды досуговой деятельности и разновидности досуговых занятий.

**Разные направления досуга в зависимости от форм проведения и организации.** Как было показано в первой главе, на определенной исторической стадии общественного развития досуг начинает дифференцироваться; в нем можно выделить следующие крупные направления:

*• досуг, реализуемый человеком или группой лиц* на основе этнонациональных традиций, приобретающий спонтанный и органичный характер, проводимый в привычных и распространенных формах. Такой досуг, как правило, не требует сложных приготовлений, дорогостоящего оборудования, специальных помещений (хотя определенные условия, некоторые предметы и товары необходимы). К такому досугу и сегодня обращаются люди в свободное время, а также в дни общих праздников, памятных дат. К такому типу досуга следует отнести настольные игры, застолья, встречи, а также традиционные этнические праздники и обряды, народные игры, соревнования, спортивно-оздоровительные занятия на свежем воздухе, охоту, рыбалку и др. До настоящего времени 'такие формы досуга остаются основными как в будни, так и в дни отпуска, в праздничное время;

*• специально организованный досуг1* особенно характерен для групповых и массовых мероприятий, требует особых навыков разработки, реализуется после предварительной подготовки и невозможен без контроля менеджеров-профессионалов. Досуговые занятия планируются и реализуются с помощью организаторов (бизнес-структур, работников учреждений культуры, профессиональных аниматоров, общественных организаций, любителей, желающих проявить себя в рамках общественного досуга и др.). Аудитория, желающая удовлетворить свои досуговые потребности, включена в организованный досуг на условиях организаторов. Для реализации такого вида досуга необходимы место (помещение или открытое пространство), материально-техническая база, специальное оборудование (техника, тренажеры, мебель и др.), кадры. Таковы многие общественные (индивидуальные, групповые и массовые) формы досуга в городских условиях.

Организованный досуг подразделяется на разновидности, например, в зависимости от того, кто и с какой целью его организует. Так, следует выделить следующие субъекты организации досуга:

• специализированные фирмы, предоставляющие досуговые услуги разного рода, профиля и назначения на коммерческой основе для широкого круга потребителей;

• специализированные культурно-досуговые структуры (каналы СМИ, учреждения культуры, а также учреждения социокультурного профиля государственных, региональных или муниципальных органов власти — музеи, библиотеки, учебные заведения и т.п.), ориентированные на широкую или на целевую аудиторию;

• общественные и политические организации, добровольные объединения (партии, общественные движения, культурные сообщества, негосударственные каналы СМИ), организующие досуговые мероприятия ради социально значимых целей, а также для своих сторонников;

• административно-руководящий состав трудовых коллективов и предприятий (фирм, коммерческих организаций, производственных объединений и т.п.), организующий досуг своего персонала;

• руководство подразделений военно-силовых и специальных структур, организующее досуг своего контингента (военнослужащих, вольнонаемных, состава исправительно-трудовых учреждений и др.);

• добровольные группы, желающие выступить перед широкой аудиторией (музыкальные молодежные ансамбли, самодеятельные театральные труппы и др.);

• религиозные структуры (церковные организации, религиозные общины), организующие свободное время верующих.

Между неорганизованными и организованными направлениями досуга имеется множество промежуточных и смешанных форм, когда досуговые занятия одного типа дополняются занятиями другого типа. Например, семейный праздник проводится не дома, а, допустим, в ресторане. Когда же семья отмечает новогодний праздник, в дом могут быть приглашены из специализированной фирмы Дед Мороз и Снегурочка с подарками для детей.

**Досуг разных социальных слоев — возрастных, тендерных, социально-нмущественных, образовательных.** Для организаторов досуга данная классификация досуга приобретает важное значение. Особо учитывается такой критерий, как возраст субъектов досуговой деятельности. Особое внимание уделяется досугу детей и молодежи (дошкольников, школьников младших, средних, старших групп, подростков, студентов и др.), а также людей старших возрастных групп (лиц пенсионного возраста).

В практике досуговой деятельности не принято специально выделять досуг мужчин или женщин. Многие досуговые занятия, как правило, пользуются одинаковым спросом у представителей обоих полов. Тем не менее имеются досуговые занятия, к которым тяготеют преимущественно мужчины (рыбалка, охота, участие в некоторых видах спорта и др.) или по большей части женщины (рукоделие, цветоводство и др.).

Женщины также в большей степени ценят досуг как средство общения, предпочитают ходить в гости, беседовать с близкими и знакомыми и т.п. Что касается досуга, свойственного разным социальным (профессиональным, образовательным и т.п.) группам населения, то важность этого аспекта признается как практиками-организаторами, так и теоретиками досуговой деятельности. Предприниматели, организаторы досуга учитывают содержательные предпочтения отдыха представителей разных социальных групп. На эти предпочтения влияют такие показатели, как характер труда, профессия, уровень образования, а также уровень доходов (высокообеспеченные, среднеобеспеченные, малообеспеченные слои населения). Немаловажно также место проживания потребителей досуговых услуг: жители мегаполиса, крупного, среднего или небольшого города, поселка или села. Предпочтения жителей города и села заметно разнятся.

У представителей разных социально-демографических групп сформированы неодинаковые цели, мотивы, содержательные предпочтения, а также поведенческие особенности проведения досуга. Все это влияет на организацию досуга и услуги, которые оказываются в его проведении.

**Досуг, связанный с местом проведения. В** данном случае выделим две основные формы досуга: домашний и внедомашний. Такое разделение, как уже говорилось, зародилось еще в Древнем мире и продолжает оставаться значимым до сего дня.

*Домашний досуг* (возможность провести свободное время дома, уединенно или с семьей) исключительно важен для каждого человека в течение всей жизни, поскольку связан с развитием внутреннего мира человека.

В рамках домашнего досуга выделяется *семейный досуг,* а также *отдых вдвоем с любимым человеком.* Вообще семейный досуг и досуг с любимым человеком возможен и вне дома. Но как домашнее, так и внедомашнее проведение свободного времени с членами семьи имеет свои цели и формы, наделяется ярко индивидуализированным характером.

Содержание досуга в этом случае определяется непринужденными отношениями, душевным и доверительным настроем, семейными традициями. Не случайно, например, во всем мире распространен такой вид досуга, как свадебное путешествие молодоженов.

Если иметь в виду *семейный досуг дома,* то он может быть проведен:

• в условиях непосредственного проживания человека (дома, на даче);

• в домах родственников, знакомых (хождение в гости).

На основе критерия «досуг дома» можно его классифицировать в зависимости от того, с кем человек проводит дома свободное время:

• остается один;

• с близкими членами семьи;

• с членами семьи и другими родственниками;

• с друзьями, соседями.

«Досуг наедине» распадается на множество форм и разновидностей (т.е. на разные досуговые занятия):

• любительские занятия (чтение, рукоделие, цветоводство, коллекционирование и др.);

• обращение к аудиовизуальной информации (просмотр телевизора, работа в Интернете);

• оздоровительные занятия и физические упражнения;

• общение с домашними животными и др.

Домашний досуг в кругу родственников может подразделяться на следующие разновидности:

• семейные юбилеи, праздничные застолья;

• приглашение гостей и хождение в гости;

• общие любительские занятия (музицирование, коллекционирование и др.);

• игры (с детьми, настольные, включая азартные игры, и др.);

• отдых, любительские занятия на даче или в сельской местности и т.п.

Досуг, который человек проводит вне дома и за рамками семейно-родственных отношений, также можно подразделить в зависимости от того, где и с кем он проводится. Так, *внедомашний досуг* люди проводят:

• в одиночестве;

• с друзьями и знакомыми;

• с партнерами по бизнесу, коллегами по работе, учебе;

• с малознакомыми или незнакомыми людьми.

В зависимости от места пребывания человека вне дома, досуг можно подразделить на следующие формы:

• по месту работы, учебы;

• в учреждениях культуры (театрах, музеях), досуговых центрах, игровых заведениях;

• в рамках открытого демонстрационного пространстве, на специально оборудованных зрелищных местах и площадках (пребывание на стадионе, на ипподроме, на летном поле, выделенном под авиа-шоу и др.);

• в парках (зоопарках), скверах, на городских улицах;

• в пунктах общественного питания (в кафе, ресторане);

• на природе, в сельской местности и др.

На основе классификации домашнего и внедомашнего досуга можно сформировать смешанный его вид, когда, например, человек в составе семьи, а также с друзьями и коллегами участвует в праздничном шествии, ресторанном застолье или в туристском путешествии.

**Типы и виды досуга в зависимости от разного содержания.** Назовем типы досуга, основанные на неодинаковой содержательной направленности:

• культурно-художественный тип (обращение к произведениям искусства, знакомство с историческими памятниками и др.);

• образовательно-развивающий тип (учеба в свободное от работы время, участие в работе кружков, посещение просветительских мероприятий и др.);

• природно-рекреационный тип (пребывание на природе, общение с домашними животными и наблюдение за дикими животными);

• санаторно-оздоровительный и туристский тип (путешествия, отдых на курорте и др.);

• спортивно-зрелищный тип (непосредственные занятия спортом и наблюдение за спортивными соревнованиями);

• самодеятельно-любительский тип (хобби, самодеятельное занятие художественным творчеством);

• зрелищно-развлекательный тип.

Выделенные наиболее распространенные и массовидные типы, безусловно, не исчерпывают содержательных разновидностей досуговых занятий, но позволяют образовать новые, смешенные виды и разновидности досуга. Например:

• народные игры, спортивные занятия и игры на свежем воздухе *(разновидности:* подвижные игры, игры с мячом, плавание в открытом водоеме и др.);

• любительские занятия на природе (поход, рыбалка, охота);

• культурно-художественный туризм (исторический, музейный туризм, посещение международных кинофестивалей, театрально-зрелищных мероприятий и др.).

Весьма разнообразным и широко востребованным является *развлекательный тип досуга* — достижение рекреационных целей через восприятие определенных видов и жанров искусства. В развлекательном отдыхе задействованы многие разновидности и формы народного искусства (элементы смеховой культуры, бурлеск, веселая музыка и др.), а также профессионального искусства — буффонада, гротеск, эстрадно-зрелищные формы. Базовыми компонентами развлечений становятся смех (юмор, высмеивание), праздничное настроение, легкая музыка (песенно-опереточного типа). Стремление организаторов представить потребителям помпезное и масштабное развлечение рождает в современной индустрии досуга яркое музыкальное зрелище, получившее название шоу. Назначение культурной продукции и содержание досуговых занятий приобретает здесь ярко выраженный рекреационный характер, не требующий от людей серьезных интеллектуальных усилий, не порождающий сложных чувств, хотя острые переживания, радостные эмоции в этом случае не противопоказаны.

Развлекательный тип досуга существует в следующих видах и разновидностях:

• карнавалы, праздничные гулянья и мероприятия (праздник смеха, проводы зимы, масленица и др.);

• развлекательные мероприятия в помещениях (цирковые представления, вечера юмора и сатиры в концертных залах, капустники, развлекательные шоу, скетчи на театральных подмостках);

• развлекательные жанры искусства, зрелищные виды художественной продукции (комедии, комиксы, детективы, триллеры, фильмы ужасов, видеопродукция с эротическим содержанием и др.);

• легкая музыка (оперетта, мюзикл), массовые песни, жанровые композиции;

• увеселительные занятия на городских улицах, в парках, в мероприятиях развлекательных центров (представления и концерты, аттракционы, комнаты смеха, викторины, забавы, игры и состязания всех участников на открытом воздухе, в полузакрытых и закрытых помещениях);

• игровая деятельность (включая азартные игры): казино, игровые автоматы, тотализатор и др.

**Обращение к СМИ и аудиовизуальной продукции.** Массовые формы досуга формируют особый тип, связанный с обращением людей к СМИ, включая аудиовизульные и глобальные средства связи. В этом случае рассматривают досуг, основанный на обращении людей:

• к печатной продукции (чтение журналов, газет, книг);

• аудиопродукции (прослушивание радиопередач, музыкальных звукозаписей и др.);

• видеопродукции (просмотр кино-, видеопродукции, телепередач);

• средствам мультимедиа (обращение к компьютерным играм, обучающим программам, интерактивным презентациям и др.);

• глобальным сетям (работа в Интернете, ФИДОнете и др.).

В последние десятилетия XX и в начале XXI в. указанные разновидности досуга, связанные с обращением к аудиовизуальным и глобальным средствам связи, в развитых странах показывают устойчивый и динамичный рост по таким показателям, как массовый охват аудитории, частота обращения людей и время, отводимое ими на это занятие, объемы вложенных финансов и получаемой прибыли и др.

**Классификация досуга по числу участников.** По мере перехода от малочисленных групп к группам со средним и с высоким и сверхвысоким числом участников меняются организационные приемы и технологии, что связано с изменением материально-технических, финансовых и кадровых показателей. Итак, число участников досуговых групп может быть следующим:

• небольшая группа участников досуга (2-7 человек);

• средняя группа (до 30 человек);

• большая группа (30-100 человек);

• сверхкрупная группа (более 100 человек, ориентировочное число людей, за действиями которых конкретный человек может наблюдать в стабильной ситуации, продуцируя ответную реакцию).

На многолюдных гуляньях, в местах зрелищно-массовых мероприятий собираются одновременно тысячи и десятки тысяч людей. В этом случае речь идет о *массовой аудитории досуга.* Безусловно, человек не способен одновременно общаться с таким количеством людей. Здесь нужны особые способы и технологии организации досуговой деятельности.

Характер досугового общения меняется в зависимости от *аудитории того или иного технического канала связи.* В случае, например, телевизионной трансляции с места события общественного или мирового значения за ней следят в режиме реального времени сотни тысяч и миллионы зрителей, однако они не в состоянии общаться между собой, хотя после передачи многие из них, конечно, смогут обсуждать увиденное.

Возможности взаимодействия людей друг с другом возрастают при использовании технических средств, принадлежащих к *интерактивным сетям глобальной связи.* Правда, и здесь действует правило: чем меньшее число людей задействовано на одном и том же канале связи в определенный промежуток времени, тем более активным может быть их взаимодействие. Чем больше аудитория одного канала, тем труднее участдикам взаимодействовать в режиме реального времени. Коммуникация между ними в этом случае может быть растянута во времени. Известно, что аудитория разных конференций, форумов, веб-страниц в Интернете исчисляется сотнями и даже тысячами участников.

Итак, коммуникация между членами одного досугового занятия, может осуществляться на индивидуальной основе, в домашней обстановке, на базе традиционных норм связи, закрепленных в конкретной культуре, а также на основе современных коммуникативно-рекреационных технологий и с помощью технических средств.

**Классификация досуга по сложности характера и строения.** Досуговые занятия можно классифицировать по сложности структурного строения. В этом случае можно выделить такие формы культурно-досуговой деятельности:

• одно несложное занятие, которое может состоять из ряда этапов и несходных между собой процедур — уход за цветами, чтение книги дома или в общественной библиотеке, загорание на пляже;\_\_

• несколько относительно простых занятий, в которых субъект досуга может обращаться одновременно или поочередно, с перерывами, например посещение ресторана. Здесь проходят беседа пришедших вместе людей, выбор напитков и блюд, поглощение пищи, прослушивание музыкальных номеров, участие в танцах; просмотр концертных номеров;

• сложное по структуре досуговое занятие, которое в свою очередь может состоять из комплексных мероприятий, одновременно происходящих или следующих друг за другом, каждое из которых собирает свою аудиторию. Например, во время праздника на городских улицах проходят разные культурные мероприятия, которые зрители наблюдают или принимают в них участие: аттракционы, выступления артистов на концертных площадках, спортивные соревнования, шуточные состязания в остроумии, сообразительности, ловкости, выставки, демонстрирующие предметы искусства или продукцию, связанную с праздничной тематикой, и т.п. Каждый человек может что-то приобрести (сувениры, украшения, изделия культурного-бытового назначения) или посетить пункт общественного питания (кафе, ресторан), а также купить еду, напитки на улице.

Еще более сложный характер приобретают некоторые виды досуговой деятельности, в рамках которых организуется ряд самостоятельных и сложных культурных мероприятий. Многие из них имеют несхожий характер, что позволяет участникам выбирать наиболее предпочтительные. В этом случае реализация разных видов занятий растягивается на несколько дней и перемежается с занятиями чисто утилитарного назначения. К такому типу культурно-досуговой деятельности принадлежат, например, разного рода биеннале, фестивали, смотры, карнавалы, а так- же туристические путешествия.

В перечисленных случаях участникам предлагается ряд целевых мероприятий, а также ряд дополнительных развлекательных занятий, в перерывах между которыми они могут осуществлять длительные или кратковременные переезды. В этом случае в программе также выделяется время на реализацию первичных потребностей участников мероприятия — еду, гигиену, физиологический отдых и т.п.

**Другие виды и разновидности досуговых занятий. Перечислим критерии разделения досуга, которые широко не распространены в аналитической литературе, они чаще всего имеют вспомогательный характер.**\_\_

Выделяют серьезные и обычные виды досуга. Под *серьезным досугом* понимаются занятия, которые, во-первых, требуют от личности упорства, активности, творческого подхода, во-вторых, свидетельствуют о самосозидании личности, в-третьих, носят не случайный, а устойчивый характер, определяя этапы жизни. В качестве серьезного досуга выступают многие любительские занятия, а также занятия, актуализирующие творческий потенциал, связанные с самореализацией и самоидентификацией человека.

В отличие от серьезного досуга *обычные занятия* не затрагивают глубинные структуры личности, не формируют творческих качеств личности. Их выполнение требует от человека минимальных усилий и стандартных действий — пассивный отдых дома, прогулки на воздухе, купание в открытом водоеме, загорание на солнце.

*Экстравагантные виды досуговых занятий* характерны для народов разных исторических периодов, часть из них дошла до нашего времени. Подобные виды досуга, как правило, не встречаются в других местах; нередко сохраняются у жителей определенного поселения или конкретной страны как отголосок далекого прошлого, когда они были праздничной или карнавальной забавой.

Так, в одном из небольших южных городов средневековой Италии зародился праздник, который называют «апельсиновые бои», который жители проводят до настоящего времени и который вызывает немалый интерес у туристов. В праздничный день по главной улице городка едет повозка, в которой стоят несколько мужчин. По краям дороги выстраиваются участники праздника и забрасывают повозку апельсинами. Стоящие в ней мужчины отбиваются. Эта ситуация порождает смех и всеобщее удовольствие.

Во многих странах мира сохранились уникальные в современных условиях зрелища и разновидности общественного досуга. Например, в Объединенных Арабских Эмиратах пользуются немалой популярностью бега с участием одногорбых верблюдов, которых специально выводят для этой цели.

Еще одна разновидность экстравагантных досуговых занятий связана с отдельными увлечениями состоятельных слоев, представители которых во все времени выделялись своими причудами, а иногда и самодурством. Не будем вспоминать время, когда представители, например, аристократических родов развлекались тем, что унижали людей из низших слоев.\_\_

В наше время состоятельные люди многих стран мира держат дома диких животных, среди которых имеются даже хищники, не поддающиеся приручению. Многие из таких животных требуют вольерного содержания, специалистов по надзору и специальных мер безопасности.

Более простые случаи — содержание в доме привычных собак или кошек. Экстравагантность заключается в том, что хозяева (чаще всего хозяйки) животных проявляют недюжинную фантазию — создают для них особо комфортные условия жизни: кормят деликатесами, одевают в дорогие и изящные наряды, делают маникюр, модно стригут, украшают драгоценностями. Домашних животных обслуживает целая армия специалистов, которые предоставляют множество услуг. Например, в Чили есть даже фитнес-клуб для собак. Во многих странах искусные хирурги делают животным пластические операции, чтобы собаки или кошки более походили на плюшевых игрушек. Умерших животных хоронят на специальных кладбищах. Подобные факты свидетельствуют, конечно, не о специфике «досуга животных», а скорее о досуге хозяев, и в немалой степени об их отношении к животным.

Еще одна из причин появления экстравагантных досуговых занятий состоит в том, что существует немало любителей острых ощущений. В свободное время они хотят пережить сильные эмоции, получить такие впечатления, которые запоминаются надолго. Подобный спрос во все времена получал предложения. Например, на основе такого спроса родился экстремальный туризм.

Далеко не всегда стремления любителей острых ощущений, а также желание организаторов удовлетворить спрос на подобные ощущения бывают совместимыми с нравственностью. Так, в Таиланде, побережье которого подверглось в декабре 2004 г. разрушительному действию цунами, одна из турфирм приглашала желающих посетить места катастрофы.

В качестве мероприятий при этом предлагалась раздача гуманитарной помощи, обзор разрушений, а также участие в похоронах погибших. В этом случае можно говорить о неразборчивости целей и содержания маршрута, о конфликте со здравым смыслом и общественной моралью.

В особую разновидность досуговых занятий следует выделить такие, которые приобретают в современных условиях откровенно *антиобщественный или противоправный характер* (антиобщественные, разрушительные для индивидуального развития виды досуговой деятельности, а также виды досуговых занятий, запрещенные законом).

**Структурные компоненты культурно-досуговой деятельности**

Рассмотрим структуру культурно-досуговой деятельности с позиции наличия в ней следующих компонентов:

• субъектов деятельности;

• задействованных культурно-исторических, художественных, духовных ценностей, а также товаров культурного назначения;

• природно-ландшафтных, биорастительных комплексов;

• материально-технических средств, сопутствующих бытовых товаров и вещественных ресурсов.

Перечисленные структурные компоненты определяют культурно-досуговую деятельность как единый общественный и экономический феномен, как целостную самостоятельную сферу жизнедеятельности общества и конкретного человека. Рассмотрим их подробнее.

**Субъекты культурно-досуговой деятельности.** Важнейшими компонентами этой деятельности выступают люди, социальные группы, организации и фирмы, которые определяются в качестве ее субъектов.

Вначале проанализируем *индивидуальных и коллективных субъектов досуговой активности,* участвующие в ее проведении и организации. Именно они определяют ее цели, задачи, содержание. Под субъектами подразумеваются как конкретные люди (индивиды, обладающие досуговыми потребностями, а также предприниматели, специалисты, работники учреждений культуры, помогающие организовать досуг других людей), так и совокупные субъекты (коллективы фирм, организации и учреждения, представительные и исполнительные органы сферы культуры и др.).

Индивидуальные субъекты культурно-досуговой деятельности подразделяются на:

1) *основных субъектов* досуговой деятельности; речь идет об индивидах, а также дружеских группах и коллективах работников, желающих реализовать свои потребности в досуговых занятиях.

Среди основных субъектов выделим:

*• самодеятельных субъектов.* Они задействованы в самодеятельно-активных видах досуга (на дому, в дружеских компаниях и др.) и не обращаются к услугам организаторов-профессионалов. Самодеятельными субъектами выступают многочисленные любители охоты, рыбалки, путешествий автостопом, пеших походов и т.п., которые самостоятельно организуют свои досуговые занятия;

*• субъектов, прибегающих к помощи организаторов со стороны* (в их качестве выступают как отдельные граждане, так и коллективы работников). В этом случае люди, желающие поохотиться, порыбачить, отправиться в туристическое путешествие, развлечься, пользуются услугами соответствующих фирм, которые предоставляют им такие возможности;

2) *организаторов,* участвующих в досуговой деятельности на профессиональной основе, создающих условия и помогающих основным субъектам деятельности реализовать потребности в отдыхе и развлечении. Здесь также выделяется ряд самостоятельных типов работников:

*• руководящий состав профессиональных организаторов досуга —* ведущие менеджеры досуговых фирм, режиссеры, руководители учреждений культуры, работающие в разных областях досугового и в целом социокультурного сервиса. Представители этой группы — ключевые фигуры в проектировании, организации и реализации основных этапов досуговой деятельности и предоставления услуг потребителям; во многих случаях они несут ответственность за окупаемость и прибыльность области организации досуга;

*• профессионально-творческий состав работников искусства и средств массовой информации* — представители данной группы осуществляют непосредственный контакт с аудиторией — артисты-исполнители, работающие в разных видах и жанрах искусства, ведущие концертов, концертмейстеры, дирижеры, журналисты, ведущие радио- и телепрограмм и т.п. Именно их творческие способности, профессиональное мастерство, психологическая подготовка оказываются в центре внимания посетителей указанных мероприятий с их участием;

*• высококвалифицированные работники и специалисты* разных отраслей производства товаров и продуктов культурного назначения, а также персонал учреждений культуры, организации сферы сервиса (работники печати и издательств, врачи, тренеры, аниматоры рекреационных центров, мест размещения, руководители туристских групп, экскурсоводы, инженеры, программисты и провайдеры сетей связи и др.). В большинстве случаев они причастны к реализации основных этапов организации и осуществления досуга, напрямую взаимодействуя с потребителями культурного продукта;\_\_

*• рядовые исполнители и производители услуг в области досуга —*работники учреждений культуры, досуговых центров и турфирм, не принадлежащие к руководящему составу, к высококвалифицированным специалистам и творческим работникам. Это рядовые исполнители, их помощники. Часть из них напрямую взаимодействуют с потребителем (официант ресторана, дежурный гостиницы и др.), другие могут эпизодически контактировать или совсем не сталкиваться с потребителями сервисных продуктов;

*• вспомогательный персонал* — технические работники учреждений культуры, персонал охранных фирм и др., не вступающие в тесный контакт с потребителями услуг. Оставаясь «в тени», эти работники осуществляют важные функции: предоставляют незримые услуги, связанные с поддержанием нормальных условий труда специалистов-организаторов и досуговой деятельности населения.

Эти работники обеспечивают безопасность отдыха, наличие тепла, бесперебойной подачи электричества в закрытых помещениях, надежную работу техники и др.;

• представители *исполнительной и законодательной власти в центре и на местах,* а также *работники культурных, лечебно-санаторных, спортивно-туристских учреждений, информационных структур и правовых организаций.* Работники этих учреждений и организаций реализуют государственную, региональную и муниципальную политику в области рекреационной и культурно-досуговой деятельности, контролируют выполнение законодательно-правовых норм в этой сфере;

• лица и структуры, осуществляющие *предпринимательские функции, связанные с финансированием,* а также предоставляющие *донорскую помощь* организаторам досуга (продюсеры, органы власти, общественные фонды, спонсоры, меценаты, и др.), а также *партнеры по бизнесу* (банковские структуры и др.).

Имеется несколько подходов к классификации *коллективных организаторов досуга.* Важнейшими критериями их группировки и разделения выступают следующие.

*Форма собственности предприятий и учреждений досуга* (на примере организаций Российской Федерации,):

• учреждения федеральной собственности;

• учреждения субъектов РФ;

• учреждения муниципальной собственности;\_\_

• организации частной собственности физических или юридических лиц.

*Разновидность деятельности и вид культурно-досугового продукта предприятий и учреждений досуга:*

• производящие товары и продукты культурного назначения (полиграфические комбинаты, художественные мастерские, фабрики народных промыслов и сувениров и др.);

• оказывающие разного рода услуги: материальные (реставрационные, видеозаписи, фотосъемка и др.), нематериальные (обучающие, культурно-развивающие, информационные, игровые и др.);

• осуществляющие в основном торговлю культурными товарами, предметами искусства.

*Целевая направленность предприятий и учреждений досуга:*

• культурное просветительство, художественное творчество, развитие эстетических чувств аудитории досуга;

• отдых и развлечение аудитории.

*Способ хозяйственной деятельности предприятия или учреждения досуга:*

• коммерческий тип. Ориентир на рыночные принципы деятельности, получение наибольшей прибыли, достижение экономического эффекта — фирмы, оказывающие услуги в разных сферах культуры и досуга, а также частные организации, коммерческие структуры по производству, демонстрации и торговли товарами культурного назначения;

• некоммерческий тип. В иерархии целей преобладают культурносодержательные аспекты деятельности: сохранение художественных ценностей и традиций, эстетическое и нравственное воспитание молодежи, поддержание культурного престижа нации, развитие художественного творчества и др. — общественные каналы СМИ, государственные театры, библиотеки, музеи, клубы;

• смешанный тип. Некоммерческие по своим целям предприятия и учреждения ведут предпринимательскую деятельность, а доходы, получаемые от этой деятельности, направляют на свое развитие, перераспределяя дополнительные средства внутри своей организации — в условиях недостаточного финансирования в этот тип вливается часть некоммерческих организаций.

**Культурно-художественные ценности, товары культурного назначения.** В досуговой деятельности нередко бывает задействован немалый объем культурно-художественных ценностей, а также товаров культурного назначения.

Прежде всего, речь идет о культурно-исторических и художественных ценностях, находящихся в музеях (тематические экспонаты, картины, предметы прикладного искусства, драгоценные камни, украшения, старинные костюмы и утварь и т.п.), расположенных на исторических территориях (исторические памятники, архитектурно-исторические объекты, технические сооружения прошлых веков и др.). В большинстве стран эта совокупность культурно-исторических и художественных ценностей представляет национальное или мировое достояние и находится под охраной государства. Но могут существовать также ценности регионального, локального или частного значения, к которым потребители также проявляют интерес.

Сохранение культурно-исторических ценностей требует немалых усилий со стороны их собственников, в частности, финансовых вложений, кадрового обеспечения и др. Но эти усилия и расходы во многом оправдываются. Во-первых, возникает культурно-воспитательный эффект: происходит знакомство и освоение этих ценностей представителями молодых поколений, местными жителями, которые отождествляют свою локальную культуру с этими ценностями и гордятся ими. Вовторых, культурно-исторические ценности окупаются за счет того, что они входят в экономическую инфраструктуру, позволяя приглашать и обслуживать туристские и экскурсионные потоки, жителей других городов, граждан зарубежных стран.

Велика роль в осуществлении досуга *предметов и товаров культурного назначения:* книжной продукции, настольных игр, изопродукции, компакт-дисков, аудио- и видеокассет, коллекционной и сувенирной продукции и др. Эту продукцию основные субъекты досуговой деятельности могут приобретать в личное пользование, обращаясь к ней в свободное время. Однако немалая часть товаров культурного назначения может оседать и в учреждениях культуры: библиотеках, музеях, досуговых центрах.

Расположение центров, хранящих культурно-художественные и исторические ценности, а также производство и продажа товаров культурного назначения — важные элементы досуговой инфраструктуры конкретного города, страны или мирового региона.

**Природно-ландшафтная основа, растительный и животный мир как компоненты досуговой деятельности.** В современной досуговой деятельности населения развитых стран данные компоненты приобретают исключительно важное значение. Особенно высок спрос на экологически чистую окружающую среду, здоровый ландшафт и климат (на личие водоемов, древесная, кустарниковая растительность, представители животного мира, ясная и теплая погода). В разных странах, особенно в тех, которые притягивают крупные потоки туристов, специально выделяются и охраняются масштабные чистые зоны: рекреационные, курортные, заповедные, особо охраняемые зоны отдыха, а также заказники-заповедники, крупные парки (национальные, прогулочно-пейзажные, аквапарки). В определенных поселениях и особенно в городах выделяются локальные рекреационные пространства: зеленые насаждения, городские сады, скверы и парки, зоны отдыха, площадки развлечений. Сохранность природных комплексов и нейтрализация в них негативных последствий от рекреационных нагрузок — заслуга владельцев, в роли которых, как правило, выступают государственные органы или местные власти.

Досуговые занятия, в процессе которых человек обращается с растительным миром, представителями животного мира, — сфера деятельности зоопарков и зоомагазинов, а также сервисных фирм, занятых разведением и продажей домашних животных, комнатных растений и растений, высаживаемых в открытом грунте.

Ныне естественные компоненты ландшафтной среды, флоры и фауны нередко вводятся в помещение учреждений досуга и центров развлечений. Так, широко используются декоративные растения, бассейны или аквариумы с рыбами, клетки с поющими пернатыми и даже вольеры с рептилиями.

**Материально-технические средства, сопутствующие товары и вещественные ресурсы культурного назначения.** К ним относятся материальные сооружения и постройки, технические приспособления, специальное оборудование, приспособления, товары и вещественные ресурсы повседневного спроса, сопровождающие культурно-досуговую активность.

*Материальные сооружения и постройки* характерны для досуга, проводимого как в помещении, так и на открытых площадках (стадионы), в природной среде (национальные парки). В одних случаях (отдых в ресторане, культурном учреждении, фитнес-клубе и т.п.) помещение специально сооружается или в крайнем случае переоборудуется под досуговое помещение.

Для этого в каждой стране вырабатываются строительные (СНиПы) и инженерно-технические стандарты, технологии и нормативы для возведения таких построек и обслуживания в них людей. Речь идет о расчете свободной площади на одного посетителя, об уровне комфорта, о требованиях\_\_ безопасности и т.п. Когда сооружение для отдыха больших групп людей возводится не по нормативам, рассчитанным на специфические геоклиматические условия, когда игнорируются традиции и досуговые навыки населения, возможны крупные аварии.

Многие сооружения, приспособления и оборудование мест для отдыха могут носить менее регламентированный характер — беседки и скамейки в сквере, места для отдыха на территориях, предназначенных для прогулок, рыбалки, охоты и т.п. Однако здесь также должны соблюдаться требования, предъявляемые к безопасности, прочности и удобству подобных сооружений и средств отдыха.

В организации современного досуга постоянно растет доля *машин, технических средств и механизмов.* В настоящее время множество видов досуговых занятий связано не только с отдельными механизмами, но и с системой технических комплексов. Это парки развлечений, досуговые и спортивные центры, в рамках которых работает множество площадок с техническими средствами — аттракционами, тренажерами, оборудованием для детских площадок, тиров, бильярдных залов, боулинги фитнес-клубов. Сложные технические комплексы разрабатываются специально для центров с искусственным климатом, тематических парков и аквапарков, бассейнов. Для театральных помещений, концертныхплощадок, стадионов существуют разнообразные светотехнические, лазерные и акустические установки. Современные казино и игровые залы снабжаются немалым числом специальных автоматов и разнообразной игровой техникой. Многие центры досуга оборудованы современными камерами слежения, которые фиксируют все происходящее внутри помещения или вне его.

Свой вклад в технизацию досуга вносит *компьютерная техника.* Ныне компьютер может быть использован для игры и развлечений в разных местах и жизненных ситуациях. Играть в электронные и компьютерные игры, слушать музыкальные записи можно как дома, так и в интернет-кафе или во время транспортного передвижения по городским улицам.

Специально разработанного оборудования требует проведение массовых праздников на городских улицах или специальных площадках — стадионах, летном поле, открытом пространстве. В этом случае используют декорации, стенды, материалы для украшения домов и улиц, техника для светодизайна городской среды, фейерверки, светотехническое, лазерное и акустическое оборудование, а также оборудование для временных сценических площадок.\_\_

Немалое количество *промышленных товаров и ресурсных средств* различного характера и назначения связано с содержанием досуговой деятельности или с обслуживанием людей в этом процессе. Например, в ресторане к таким ресурсам относятся пищевые продукты, напитки, в туризме и занятиях спортом — соответствующая одежда, спортивные товары и тренажеры, в оздоровительных комплексах — лечебно-оздоровительные препараты, санитарно-гигиенические принадлежности, тренажеры и т.п.

Участие людей в художественной самодеятельности сопряжено с покупкой специальных костюмов, обуви, украшений для театрального или концертного исполнительства. Даже традиционное проведение досуга дома, как правило, сопровождается тем, что люди делают друг другу подарки, покупают книги, музыкальные диски, а также товары, вещи, сырье и продукцию для любительских занятий (разведение домашних животных, выпиливание, вышивание и др.).

Главное требование к материалам, товарам, технике и автоматам для досуговых занятий связано с их удобством, безопасностью, простотой в обращении. Потребности населения в такого рода продуктах, товарах, технике способствуют развитию определенных сегментов индустриально-промышленного производства.

**Организация некоторых видов массового самодеятельного досуга**

Снятие административных ограничений и идейных запретов по отношению ко многим самодеятельным занятиям привело в постсоветское время к своеобразному взрыву любительского досуга, который принимает разнообразные формы — стихийные и целенаправленные, неорганизованные и полуорганизованные, реализуемые любителями самостоятельно или с помощью профессиональных менеджеров. Многие любительские занятия отображают альтернативные формы проведения свободного времени, которые редко встретишь в коммерческих сегментах организованного досуга. Однако многие виды любительского досуга определенным образом пересекаются с организованным отдыхом, индустрией досуга, бизнесом в сфере культуры.

Например, издавна в нашем обществе среди определенных социальных групп было распространено коллекционирование подлинных картин, редких книг, предметов старины и т.п. В советский период это любительское занятие официально не запрещалось, но к нему относились с подозрением: интерес к такого рода экспонатам требует немалых финансовых средств, которыми рядовые советские граждане, как правило, не обладали. Но многие удивились бы, узнав, что истинные любители старины могли покупать свои экспонаты не только в комиссионных магазинах, где они зачастую стоили гроши, но и находить на свалке, куда выбрасывался хлам.

Ныне коллекционирование редких предметов и художественных ценностей переживает ренессанс, что во многом объясняется появлением состоятельных групп населения, формирующих спрос на предметы старины. В крупных городах страны сформирован рынок антиквариата, действуют специализированные салоны-магазины и аукционы. Вместе с тем подлинные коллекционеры избегают массовых продаж. Их занятие во многом носит не показной характер, а связано с тщательной экспертизой, конфиденциальностью и личными доверительными отношениями.

*Перченко М.* Вся правда о коллекционерах в России // Родная газета. 2005. № 5.

В современной России увлеченность массы людей определенными любительскими занятиями поддерживается производством товаров культурного назначения. Так, существует своего рода индустрия предметов ухода за домашними животными и их питания, массовое производство товаров для комнатного цветоводства, рукоделия, шитья и т.п. Процветают специализированные магазины типа «Сделай сам», «Домашний мастер», «Рукодельница».

На удовлетворение потребностей, связанных с любительскими занятиями на дому, начинает работать и сфера сервиса. В крупных городах рождается досуговое индивидуальное обслуживание по месту проживания. В домашней обстановке могут оказывать услуги консультанты-флористы, ветеринары, дизайнеры интерьера и т.п. Кроме того, клиента сегодня обслуживают на дому врачи-диетологи, персональные тренеры, преподаватели танцев или иностранного языка. При этом клиенту могут предложить сопутствующие товары, продукты, технику спортивные тренажеры, лекарственные препараты, пищевые добавки, учебники и т.п.

Особым объектом интереса организаторов становятся и массовые любительские занятия, охватывающие масштабные группы самодеятельного досуга. Именно в этих группах можно использовать эффективные технологии и услуги, которые быстро самоокупаются.

Корни многих любительских занятий вырастают не только из советского, но и из дореволюционного времени. В нынешних условиях эти занятия получают активное развитие, что стимулирует появление новых их разновидностей. Рассмотрим некоторые любительские движения, которые существуют не в индивидуальных или групповых формах, а в массовых и поэтому требуют определенной организации и сервиса.

Такие движения могут стать предметом интереса профессиональных менеджеров досуга, которые ищут свою нишу в досуговом бизнесе и способны оказать необходимую помощь любителям в организации их мероприятий.

**Фестиваль самодеятельной авторской песни** родился в 1968 г. Он назван в честь студента Куйбышевского авиационного института В. Грушина, который сочинял и исполнял песни. В советский период Грушинский фестиваль не раз запрещался и проводился в условиях полуподполья. Возродить публичный статус этого фестиваля стало возможным только в перестроечный период.

Грушинский фестиваль проводится каждый год в июне, что облегчает проживание его участников в туристских палатках. Со всех концов страны и ближнего зарубежья на фестиваль собираются как сторожилы, так исполнители-новички, а также их слушатели. На фестивале несколько тематических площадок, среди которых есть военная песня, детская и др.

Дни фестиваля превращаются в живой процесс, коллективное творчество всех участников (аудитория подпевает авторам). Организационные технологии проведения фестиваля складывались спонтанно, в процессе самоорганизации участников. Наиболее эффективные формы и технологии проведения постепенно закреплялись. Уже давно фестиваль начал получать финансовую и организационную помощь извне. Его спонсорами выступают такие солидные производственные коллективы, как телевизионные и радиоканалы, а также газеты МК, «Литературная газета», «Труд» и др. Ныне фестиваль проходит под патронажем правительства Самарской области. Он стал носить название международного, хотя до недавнего времени оставался всероссийским.

Однако бессменный президент клуба им. Грушина Б. Кейльман констатирует, что судьба фестиваля под вопросом. Слишком трудно стало решать проблемы размещения медицинских пунктов, гостей под открытым небом, уборки мусора специальными машинами и др. Все это стало сложно делать без серьезной сервисной и финансовой поддержки. Спонсоры и местная власть помогают, но эпизодически; помощь может прекратиться.

Может быть, в этой ситуации целесообразно обратиться к профессиональным менеджерам и представителям культурного бизнеса, со стороны которых уже есть соответствующие предложения? Однако организаторы опасаются, что проведение фестиваля целиком на рыночной основе уничтожит его романтику. Президент клуба считает, что подобного рода культурные явления носят некоммерческий характер и нуждаются в государственной поддержке наряду с поддержкой региональных властей.

**Слет российских байкеров (мотор-шоу).** Байкеры не ставят перед собой сугубо творческие цели. Главное для них — общение и демонстрация техники. В этом случае организаторам удается сочетать самодеятельное начало с некоторым объемом сервисно-коммерческих функций.

Слет байкеров обычно проводится вдали от крупных городов, в сельской местности. Эта территория должна иметь хорошие подъезды и располагать возможностью для проведения мотокросса. Организаторы официально приглашают определенное число людей, среди которых — известные и почетные члены движения байкеров, рок-музыканты, участники полуандерграундных культовых групп и др. Участие и труд некоторых приглашенных оплачивается. Основное число участников покупают билеты (плата довольно высока), что позволяет образовать некоторую коммерческую основу для проведения разных конкурсов, оплаты персонала, выполняющего сервисные, вспомогательно-организационные задачи.

Число участников такого рода мероприятий достигает 10-20 тыс. человек, они приезжают из разных городов страны, а также из стран ближнего и дальнего зарубежья. В программе шоу значатся ведущие состязания — мотокросс, конкурсы на лучший мотоцикл. Параллельно проходят развлекательные конкурсы: на лучшую татуировку, соревнование на звание «самого толстого байкера» и т.п. Программой предусматривается прослушивание приглашенных рок-музыкантов. Но основная задача слета — личное общение участников (совместные трапезы, обсуждение технических вопросов и проблем движения байкеров). Подобные многолюдные мероприятия порождают у его участников усталость от напряженной активности, множества контактов и вместе с тем дают огромный заряд энергии. Все участники получают то, чего не могут обрести самостоятельно или в небольших коллективах: приобщенность к масштабному движению.

Рассмотрим еще одну разновидность любительского досуга, объединяющего целителей, нестандартно мыслящих художников, музыкантов, а также знатоков этнических традиций, любителей экзотических занятий и видов творчества (в частности, музыкального, фольклорного и др.). Это движение родилось из этнофестиваля и переросло в **фестиваль мировой культуры.** Его члены уже не раз собирались вместе. Но на свои встречи приглашают всех желающих, рекламируя свое мероприятие. Они привозят с собой костюмы, культовые предметы, оборудование. Поэтому встреча требует аренды территории и помещений. Всем желающим продаются билеты, что позволяет оплатить аренду.\_\_

Например, в 2005 г. для этого фестиваля был снят подмосковный спортивный комплекс «Сорочаны». На территории комплекса стояли специально возведенные в этнонациональном стиле павильоны и шатры, где демонстрировались фольклорные традиции, музыка, кухня, сувениры различных народов и культур мира. Все участники фестиваля могли при желании включиться в занятия китайской гимнастикой тай-цзи цзюань, петь мантры с кришнаитами, танцевать под африканские барабаны, слушать лекцию, например, по философии Карлоса Кастанеды. Наиболее продвинутым любителям этнической и спортивной экзотики предлагалось оценить велосипедный экстрим, полетать на параплане, наблюдать шоу воздушных змеев и монгольфьеров.

Обмен опытом организаторов, бескорыстная демонстрация своих занятий перед аудиторией сочетаются с коммерческим расчетом и платным обучением новичков. Однако основное назначение подобных фестивалей все же связано не с коммерцией. Мероприятия такого рода создают всем участникам благоприятные условия для расширения индивидуального кругозора, предоставляют возможность новичкам обучиться редким любительским занятиям у мастеров, позволяют наладить новые социальные связи и общение по интересам.

**Организация культурно-художественных фестивалей и конкурсов**

В переходный период организационная, материально-техническая и финансовая основы деятельности важнейших художественных отраслей — театра, кино, изобразительного искусства и др. — претерпевали разнообразные преобразования. Это вело к тому, что традиционные учреждения культуры — музеи, кинотеатры, театры, библиотеки — снижали интенсивность своей работы, творческие коллективы порой утрачивали социальные ориентиры своей деятельности, а население теряло возможность обращаться в свободное время к продуктам культуры и искусства.

Однако творческие поиски и развитие художественных коллективов в этот период не прекращались. Творческая среда не могла мириться с ситуацией социальной изоляции, в котором порой оказывалось профессиональное искусство во многих городах России. На этом фоне вместо прежних форм деятельности творческих коллективов стали нарождаться новые. Случалось и так, что прежние формы организации культуры и досуга, которые раньше считались формальными, в новых условиях становились ведущими, создавая условия для сохранения досуга, связанного с искусством. Последнее в наибольшей степени относится к проведению фестивалей, конкурсов, смотров.

Как известно, в рамках культурно-досуговой деятельности современные художественно-творческие фестивали и конкурсы выполняют огромную роль: они интегрируют общество, создают атмосферу праздника, позволяют увидеть новые таланты и познакомиться с результатами творческих поисков. Не случайно проектировщики, работающие в сфере досуга, нередко ставят перед собой задачи внедрения в современ-ную практику отдыха различных культурно-художественных фестивалей, хотя они остаются дорогостоящими мероприятиями.

В России фестивальная деятельность стала развиваться еще в советское время, хотя в то время носила официальный и политизированный характер. Например, немало фестивалей проводилось в сфере кино: Московский международный кинофестиваль, Фестиваль документального кино, проводимый в Свердловске (Екатеринбурге) (после распада СССР стал называться «Открытый фестиваль неигрового кино "Россия"»).

В постсоветское время российские фестивали, форумы и конкурсы стали более многообразными по целям и характеру, приобрели сложные функции, определяемые запросами реформируемого общества.

В последние годы в стране проводится более 200 культурно-художественных фестивалей. Среди них есть широко и менее известные, самодеятельные и проводимые на профессионально-организованной основе, коммерческие и благотворительные, регулярные и единичные.

Перечислим некоторые **российские фестивали,** характер и цели которых свидетельствуют о поисках новых форм организации досуга населения, а также о попытке преодоления кризисных тенденций в конкретных видах искусства. Вначале перечислим основные *кинофестивали.*

Московский международный кинофестиваль собирает актеров и режиссеров из разных стран мира. Главный приз — золотая статуэтка Святого Георгия. Международный кинофорум «Золотой Витязь», проводится в разных городах России и даже за пределами страны. В 2005 г. проходил в Челябинске. Девиз фестиваля «За нравственные христианские идеалы и возвышение души человека». Награждаются по три лауреата в шести номинациях: игровое, детское, документальное, анимационное, телевизионное и студенческое кино.

Много кинофестивалей проводится в российских регионах. Помимо «Открытого фестиваля неигрового кино "Россия"», в Екатеринбурге начал свою жизнь кинофестиваль «Новое кино России». Поначалу он проходил в разных городах Свердловской области, а после того как получил статус всероссийского, стал проводиться в разных регионах страны —Ханты-Мансийске, Челябинске и др.

На территории Уральского федерального округа зародился *Фестиваль антропологического фильма,* или, как его называют, «Кочующий Северный кинофестиваль» (проводится в разных городах). Его герои —аборигенные народы Крайнего Севера и Арктики, в образ жизни которых заложена постоянная смена мест проживания.

С 1995 г. в Перми проходит Международный фестиваль нового документального кино «Флаэртине» под руководством П. Печенкина. По целям и характеру он близок Фестивалю антропологического кино. В тот же период в Тюмени родился телефорум «Белые пятна истории», организатором которого выступают телерадиокомпания «Регион Тюмень». Телефорум посвящен познавательно-аналитическим задачам, что не часто встретишь в современной кинофестивальной практике.

**Российские театральные фестивали** исключительно многообразны по своим целям и местам проведения. В советский период, когда театр не переживал столь глубокого кризиса, такого многообразия фестивалей не существовало. По видимому, именно в трудностях театрального дела (нехватка финансов, сложности организации гастролей и др.) заключен один из подспудных механизмов их рождения.

Наиболее престижен и широко известен Национальный театральный фестиваль и премия «Золотая Маска». Существуя уже в течение 10 лет, он открыл любителем театра множество новых имен и разнообразное творчество коллективов разных российских городов.

Центром театральных фестивалей нередко выступает Москва, где их проводится сразу несколько за сезон. Например, летом 2005 г. в Москве проводился фестиваль «Этника», связанный со смотром театральных коллективов, обращающихся к этническому материалу, к показу традиций разных народов.

Есть также постоянные фестивали в Санкт-Петербурге — «Балтийский Дом», для ТЮЗов, для русских театров СНГ. В Белгороде постоянно проводится фестиваль «Артисты России — Щепкину»; в Вологде —«Голоса истории», в Брянске — «Славянские встречи». Кроме того, свои театральные фестивали проходят в Орле, Пскове, Екатеринбурге, Челябинске, Магнитогорске, Рязани, Калуге и др.

Существует постоянный Международный театральный фестиваль тюркских народов «Навруз». Его коллективными организаторами с 1998 г. выступают федеральные органы культуры, Министерство культуры Республики Татарстан, Международная организация по совместному развитию тюркской культуры и искусства «Тюрксой», союзы театральных деятелей Российской Федерации и Республики Татарстан. В 2005 г. этот фестиваль проходил в Казани восьмой раз. Его участниками были театральные коллективы не только из городов России (Горно-Алтайска, Казани, Оренбурга и др.), но и из стран СНГ (Баку, Ашхабада, Бишкека и др.).

**Музыкальные фестивали, смотры, конкурсы.** Их цели, тематика, характер также свидетельствуют о широком диапазоне музыкальной жизни России. Проводится множество смотров в области популярной (легкой) музыки и шоу-бизнеса (национальная премия «Овация», джазовые фестивали, фестивали рок-н-ролла и др.). Есть более серьезные музыкальные смотры, например Международный музыкальный фестиваль «Белые ночи Санкт-Петербурга».

В последние годы проводятся музыкальные мероприятия (фестивали, конкурсы), приобретающие альтернативный характер по отношению к ведущим тенденциям в области популярной музыки. В 2005 г. Всероссийский фестиваль-конкурс патриотической песни «Это Родина моя» доказал огромный интерес молодых авторов, исполнителей и массовой аудитории к жанру, развитие которого в условиях постсоветского периода почти исчезло, так как связывалось преимущественно с официальной политикой в сфере досуга советского периода. На конкурс было подано 600 заявок, пришедших из разных российских городов. Отборочные туры также проходили в разных российских городах. Из названий песен («День без выстрела», «Белые поленья», «Мой Ленинград», «Дом родной», «Уголок России», «Великий Устюг» и др.) видно, что многие авторы патриотизм связывают прежде всего с малой родиной. Премии достались не только жителям Москвы и Санкт-Петербурга, но и участникам конкурса из Кургана, Тюмени, Томска, Уфы, Новосибирска, Пензы.

В стране немало любителей классических жанров, а также редких или даже исчезающих музыкальных стилей. Уже три раза проходил конкурс молодых исполнителей старинной (доромантической классической западноевропейской) музыки в так называемом аутентичном стиле.

В целом масштабные культурно-художественные фестивали, смотры, конкурсы являются праздничными, развлекательными мероприятиями. Вместе с тем они помогают преодолевать творческую разобщенность и ощущение кризиса искусства, объединять не только профессионалов, но и широкую публику. По географии проведения российских фестивалей и конкурсов можно судить, что культурная жизнь и досуг жителей провинции в новых условиях стали не такими усредненными, как ранее, а в некоторых отношениях даже более динамичными. Где бы фестивали ни проходили, они повсюду создают атмосферу общения с новыми талантами и налаживают диалог между разными группами аудитории, служат своеобразной творческой лабораторией для профессионалов. Фестивали и конкурсы на фоне заметного спада посещаемости учреждений культуры в переходный период теперь собирают более многочисленные аудитории. Это свидетельствует о том, что диапазон художественно-досуговых потребностей граждан страны остается исключительно многообразным и богатым, что ставит совершенно определенные задачи перед организаторами досуга.

Конечно, фестивали, смотры, конкурсы не могут заменить повседневную художественную практику организации досуга российских граждан. Но в кризисных условиях фестивальные мероприятия способны восполнить те издержки в организации свободного времени, которые характерны для переходного периода.

4.3.4. Новые формы музейного обслуживания

Одной из наиболее сложных проблем российского общества остается адаптация к рыночным условиям некоммерческих организаций и учреждений культуры (музеев, культурно-исторических комплексов). Большинство музеев страны остаются государственными или региональными учреждениями культуры и финансируются из федерального, регионального бюджета. Появившиеся в разных городах частные музеи, работающие на иной базе финансирования, пока не составляют им серьезной конкуренции. Частные музеи (которые могут носить как коммерческий, так и некоммерческий характер) активизируют свою деятельность в направлении освоения современных реалий культуры: более чутко относятся к массовому спросу, активно внедряют инновационные технологии обслуживания.

Для постсоветского периода характерно трехкратное увеличение числа музеев (разной ведомственной и правовой принадлежности). Однако в целом посещаемость музеев в этот период снижается. Это ставит перед работниками музеев необходимость анализа причин подобной динамики и нахождения выхода из сложившейся ситуации.

Музейные работники страны проявили высокую активность в адаптации к изменившимся условиям. Освоение современных принципов музейной деятельности ведется сразу по многим направлениям. Отрабатываются новые виды сервиса, обновляются различные виды экскурсионного обслуживания, расширяются услуги, связанные с продажей в музеях товаров культурного назначения. Нередко трансформируются содержательные ориентиры деятельности музеев за счет освоения новых целей и тем экспозиционной работы, раскрытия разных точек зрения на одно и то же историческое явление, на деятельность известных политических деятелей. Трансформируя содержательную сущность своей деятельности, российские музеи сталкиваются с трудностью синтеза прошлых и современных духовных ценностей.

В новых условиях музеи пересматривают формы своей деятельности, чтобы приблизить их к познавательным потребностям людей, удовлетворяя досуговые запросы. Например, многие музеи, откликаясь на интерес посетителей к прошлому, а также к загадочным случаям из жизни исторических персонажей, нередко проводят экскурсии в одежде былых времен, а также помимо твердо установленных фактов вводят в экскурсионный материал слухи, легенды.

Так, сотрудники Русского музея разработали специальную ночную экскурсию по Михайловскому замку, принадлежавшему в свое время Павлу I. В бывшей спальне царя посетителям рассказывают в основном достоверные сведения о событиях мартовской ночи 1801 г., когда царь был убит. Но при этом упоминают и о том, что, по слухам, в ночном замке гуляет привидение в образе Павла I. Конечно, работники музея не ставят перед собой цели добиться дешевого эффекта; они не обряжают актера исполнить роль привидения. Ночные экскурсанты получают возможность слышать лишь звук шагов «невидимого Павла», что производит не меньший эффект. Экскурсии такого рода пользуются спросом среди определенных групп посетителей музея.

Важная задача в развитии отечественных музеев в изменившихся условиях — новые направления работы, а также дополнительные виды деятельности. Инновационные прорывы работники музеев чаще всего связывают со следующими направлениями:

• преодоление ограниченности привычных видов экспозиционной работы, возрождение идеи «живого музея»; в этом случае основная экспозиция (документы, мемориальные предметы и др.) дополняется конкретными формами живой активности (например, художественным творчеством, музыкой), воссоздающими реалии ушедшей эпохи;

• комплексные подходы к восстановлению исторических форм общественной жизни с той мерой полноты и целостности, которую позволяют сделать это современные реалии;

• умножение сервисных аспектов работы музея.

Иллюстрацией к восстановлению работы «живого музея» может стать осуществление в Северной столице и ее окрестностях проекта «Большой вальс» (артдиректор Ю. Кантор). Проект реализуется в течение четырех летних сезонов в музеях Петербурга, Царского Села, Павловска, Петергофа.

Авторы проекта опирались на исторический факт: в середине XIX в. знаменитый король вальсов И. Штраус несколько раз приезжал летом в столицу и ее окрестности, где проходили гастроли симфонического оркестра под его управлением. При этом композитор ставил перед собой не только коммерческие задачи. Петербург вдохновлял его на творческие замыслы. Известны произведения, созданные им здесь и вошедшие в музыкальную мировую сокровищницу: кадрили «На Стрельнинской террасе», вальсов «Прощание с Петербургом», «Воспоминания о Павловске», польки «Нева».

В ходе проекта «Большой вальс» в тех петербургских местах, где выступал Штраус, проходят 11 концертов (по числу летних сезонов, используемых маэстро в России). При этом современные оркестры исполняют музыку XIX в., включая произведения самого австрийского композитора. Ныне подобные концерты проводятся в Павильоне роз и Тронном зале Павловского дворца, в Белом зале Большого Петергофского дворца, в Екатерининском дворце Царского Села, в Эрмитажном театре и в Большом зале Петербургской филармонии и т.п.

Таким образом, проект достигает одновременно несколько культурных целей:

• возрождает традицию летних музыкальных сезонов, имевших место в Северной столице в прошлом;

• интегрирует современное творчество исполнителей-оркестрантов в наиболее органическое для их музыки пространство, где она звучала в прошлом изначально;

• оживляет музейную атмосферу живой музыкой, порождая у наших современников многообразные культурные ассоциации.

Все перечисленное стимулирует интерес широкой аудитории к этим концертам, способствуя успеху данного проекта.

Санкт-Петербургский Курьер. 2005. № 27.

С особой остротой идеи полноты, жизненности и достоверности заповедной территории встают перед крупными музейными комплексами дворянско-усадебного типа (Михайловское, Спасское-Лутовиново, Ясная Поляна и др.). В последние 10-15 лет проблемы интеграции этих музейных комплексов в современную жизнь активно обсуждаются теоретиками культуры и специалистами музейного дела. В советский период доминировала концепция, что усадебные музейно-исторические комплексы должны оставаться неприкосновенными в том виде, в каком они пребывали на момент смерти их хозяев; основными видами деятельности были экскурсионная работа, культурное просвещение и т.п.

Подлинность внутренних покоев, функциональная адекватность вещей и предметов, связанных с хозяевами усадеб, во многих музеях достигалась действительно поразительная.

Но эту подлинность невозможно сохранить по отношению к тому, что оставалось за стенами музейных комнат: природе, культурному ландшафту. Если интерьер жилых комнат можно оживлять образами хозяев, известных фигур в отечественной культуре (здесь важна опора на уникальные личные вещи, книги, творчество), то это труднее делать с функциональными усадебными пространствами — помещением, где жила прислуга, хозяйственными пристройками и др. Эти функциональные помещения в музейном пространстве выглядят слишком безжизненно, стерильно. Особого внимания требуют к себе и сами посетители, олицетворяющие собой совершенно иную эпоху, с разнообразными духовными и витальными потребностями. Как совместить в музейном пространстве эти разные пласты исторической практики?

Во второй половине 90-х годов XX в. среди специалистов стала обсуждаться проблема восстановления музейно-усадебного комплекса как живого организма с целым рядом культурно-просветительных, сервисных, практических функций. Поскольку самих хозяев в усадьбу возвратить невозможно, следует оживить деятельность музейного комплекса другими способами. Например, можно предметно продемонстрировать, каким образом на данной территории развивались хозяйственные занятия. Поэтому в конюшне должны быть живые лошади, в саду — ульи с пчелами и др. Или показывать посетителям в действии ремесленные и промысловые занятия, существовавшие когда-то в окрестностях.

Кроме того, музеи-усадьбы должны обрести больше прав в своей культурно-просветительской, воспитательной деятельности (особенно по отношению к подрастающим поколениям), а также расширить сервисные функции усадеб-музеев, в частности, иметь возможность осуществлять прямые связи с туристскими агентствами в городах России и зарубежных странах. Культурно-производственные, туристские направления работы станут, естественно, дополнительными по отношению к основному виду музейной деятельности.

Конечно, подобные новшества в деятельности музейных комплексов должны проектироваться и внедряться осторожно, с тем чтобы не повредить сохранность культурного наследия конкретных усадеб. Здесь опасно увлечься массовым спросом и превратить музей-ную территорию в развлекательный комплекс, зарабатывающий деньги. Поэтому в оживлении деятельности музеев усадебного типа должно превалировать чувство меры. Ядро музейной территории —основная экспозиция, состоящая из подлинных предметов и вещей, должна сохраняться в наибольшей приближенности к прошлому, без неоправданных вторжений современных реалий. Но на некотором территориальном отдалении могут вводиться элементы живой практики, которые были характерны и для прошлой жизни. За пределами усадебного комплекса, там, где осуществляется повседневное обслуживание посетителей, должны быть расположены многочисленные сервисные центры современного типа (точки общепита, гостиницы и т.п.). Именно здесь уместно стилизованное обращение к старине, к художественным образам прошлой культуры и развлекательные виды отдыха.

Указанные идеи о живом музее и дополнительных направлениях работы музея пытаются ныне развивать руководство Государственного мемориального историко-литературного и природно-ландшафтного музея-заповедника А. С. Пушкина «Михайловское», а также Музея-усадьбы Л. Н. Толстого «Ясная Поляна».

См.: Материалы к концепции сохранения и развития Государственного мемориального историко-литературного и природно-ландшафтного музея-заповедника А. С. Пушкина «Михайловское» / Под ред. Г. Н. Василевича. Сельцо Михайловское, 2001.

На рубеже ХХ-ХХ1 вв. в регионах со сложившейся культурно-туристской инфраструктурой (прежде всего в Европейской части России) восстанавливается музейное обслуживание туристских потоков, что вызвало рост доли сервисных элементов в работе музеев. В этом случае музейная деятельность органично встраивается в обновленную туристскую индустрию, выступая ее важным звеном.

Новые тенденции в деятельности учреждений общественного питания и развлекательных центров

Речь пойдет о развитии в новых условиях учреждений общественного питания (кафе, ресторанов) и развлекательных центров. Таким образом, из анализа исключены столовые и закусочные, а также структуры быстрого питания, которые посетители обычно используют с узко прагматической целью: перекусить в обеденный перерыв или между деловыми мероприятиями.

Посещение кафе и ресторанов, как правило, не столь однопланово; здесь посетители помимо удовлетворения голода стремятся реализовать рекреационно-культурные потребности: отдохнуть, пообщаться с друзьями, отметить семейный праздник и др. Соответственно в кафе и ресторанах создается атмосфера, которая не только способствует поглощению пищи, но и позволяет посетителям хорошо отдохнуть, получить художественные впечатления от концертных номеров и других художественных мероприятий.

Переход досуговых учреждений общественного питания к рыночным отношениям проходил нелегко. Уже на первом этапе переходного периода в отечественное ресторанное обслуживание включились представители зарубежного бизнеса. Речь идет не столько об американских сетях быстрого питания, сколько о проникновении в российские города кафе и ресторанов с национальной кухней (мексиканской, китайской, индийской, японской и др.), где доминировали специалисты-выходцы из стран ближнего и дальнего зарубежья. Но благодаря высокой конкуренции отечественное ресторанное обслуживание стало быстро приобретать рыночный характер. Это выразилось в возрастающем учете экономической конъюнктуры, обретении высокой степени конкурентоспособности, ориентации на завоевание потребителя со средним уровнем доходов и т.п.

В настоящее время система ресторанного обслуживания развивается стремительными темпами в силу растущего спроса на услуги общественного питания досугового плана. Ресторанный сервис в российских городах заметно отличается от обслуживания советского периода. Во многих ресторанах и кафе наших дней организаторы уделяют основное внимание хорошей кухне (в том числе поварскому искусству, фирменным блюдам, вкусной и привлекательно оформленной пище), а также качественному сервису.

Многие рестораторы крупных российских городов специализируются на одной-двух национальных кухнях (европейской, русской, восточной), одновременно предлагая широкий набор разных форм и видов обслуживания: в меню разнообразные блюда; его основные направления периодически обновляются; предлагаются изысканные авторские блюда; организуются особые мероприятия, связанные с общественными праздниками, корпоративными вечеринками, семейными и индивидуальными датами. Вечером в крупном ресторане обязательны не только танцы и живая музыка, но и развлекательные программы, конкурсы, дополнительные услуги (возможность бронировать столики, специально охраняемая территория, прилегающая к ресторану, бесплатная парковка машин и т.п.). Некоторые из этих услуг нередки также в небольших ресторанчиках, кафе. Но здесь чаще практикуется такие массовые виды развлечений и общедоступные виды обслуживания, как дискотека, караоке, прямая трансляция спортивных мероприятий, фотоуслуги и т.п.

Особое внимание обращается на дизайн ресторанного интерьера — мебели, светильников, декоративных деталей, украшение стен, флористическое оформление и др. Даже обслуживающий персонал может быть одет в костюмы, стилистика которых определяется указанными параметрами. Многое при этом зависит от концепции ресторана: его названия, целей сервиса, постоянных клиентов, тематической направленности конкретного зала. По тематической направленности, способам деятельности и организации обслуживания рестораны условно подразделяются на салонные, интерьерные, национальные, музейные, концертные, смешанные и т.п. Кафе группируются следующим образом: таверны, кафе-шантаны, арткафе, кафе-бары, кафе-клубы, кофейни, кондитерские и др.

В последние годы в крупных городах страны появилось новое направление ресторанного обслуживания. Некоторые рестораны открывают гастрономические курсы для любителей кулинарных изысков и приготовления сложных блюд в домашних условиях. На эти курсы приглашаются все желающие, т.е. жители не только близлежащих кварталов, но и ближней провинции. Расширить число обучающихся позволяет гибкий график. Каждый человек сам выбирает для себя удобную программу обучения и дни посещения курсов. Любая по объему часов программа включает в себя краткие теоретические сведения и основную часть обучения — практику. Новичков учат не только азам кулинарного мастерства, но и дают навыки домашнего приготовления изысканных блюд, их подачи, а так-же сервировки стола.

Мое дело — ресторан. М., 2005. №11.

Все указанные признаки свидетельствуют о том, что в России начинают складываться тенденции, свойственные системе общественного питания развитых стран. Особенно примечателен тот факт, что отечественные ресторанные структуры стремительно проникают в различные досуговые центры спортивного, оздоровительно-косметического, развлекательного плана, где они либо остаются вспомогательными компонентами, либо наряду с ведущими звеньями развлечений становятся центрирующими элементами системы обслуживания.

В связи с этой тенденцией подробнее рассмотрим развитие в российских городах современных развлекательных центров, которые выступают важными звеньями индустрии досуга. Как правило, они предлагают посетителям набор разных по характеру, направленности, формам проведения ведущих занятий и развлечений: участие в спортивных и азартных играх, посещение концертно-зрелищных мероприятий, спортивно-оздоровительных процедур, комплекс общественного питания и т.п. Внутри каждого из этих направлений досуга существует собственная углубленная дифференциация занятий, развиваются формы обслуживания, учитывающие разные цели посетителей, предпочтения, финансовые возможности.

Деятельность подобных развлекательных центров тесно связана с продукцией массовой культуры, продвижением на рынок таких организованных форм, как зрелищно-массовые мероприятия, выступления артистов на концертных площадках, эстрадное шоу, вечера юмора, ситуация игры и возможность большого выигрыша в игровых центрах, обсуждение информации о жизни кинозвезд, демонстрация одежды с использованием топ-моделей и др. Индустрия досуга в развлекательных центрах удовлетворяет специфические потребности отдыхающих, провоцирует у аудитории состояние сенсорно-физиологического возбуждения, что не требует развитого чувства прекрасного, нравственных оценок, как не требует этого, например, произведения китч. Такие формы организованного досуга пользуются спросом ряда социальных групп, прежде всего молодежи.

Особое звено общественного питания образуют *бары и рестораны при отелях,* а также в *туристских комплексах обслуживания.* Здесь структуры общественного питания одновременно решают ряд задач. Во-первых, предоставляется питание большому числу транзитных путешественников (членам туристских групп, участникам деловых конгрессов и др.) с высоким уровнем сервиса. Во-вторых, предусматриваются услуги питания эксклюзивного типа (У1Р-обслуживание). В-третьих, ресторанное обслуживание предусмотрено как элемент индустрии развлечений. Наконец, здесь присутствуют многообразные пункты питания с неодинаковым уровнем сервиса, рассчитанные на разные запросы, вкусы, уровни доходов: закусочные, быстрое или выездное питание, бары и др.

Комплексы общественного питания и развлекательные центры стали неотъемлемой частью индустрии досуга и развлечений в крупных и средних городах России. Однако в целом бизнес в этих сегментах культурно-досуговой деятельности сталкивается с немалыми сложностями различного характера. Продолжают давать о себе знать издержки организации культурно-досуговых учреждений советского периода. Например, в сфере сервиса пока не проведена корректная классификация учреждений общественного питания и центров развлечений, что затрудняет правовой контроль и финансовую политику властей по отношению к структурам подобного типа. В крупных и средних городах страны остаются перекосы, связанные с избытком ресторанов, кафе одной разновидности (например, крупных и дорогих ресторанов) и отсутствием аналогичных заведений другого типа (например, многообразных пунктов питания и развлечений при отелях).

Ресторанный и развлекательных бизнес, как правило, концентрируется в центрах городов, но с трудом проникает в отдаленные кварталы, в новые районы, что обусловлено множеством законодательных ограничений и материально-финансовыми трудностями. Особая группа сложностей ресторанного и досугового бизнеса связана с отсутствием грамотных кадров, хотя профессиональные средние и высшие заведения такого типа в стране имеются.

Организаторы общественного питания пытаются сделать ресторанный отдых доступным широким слоям среднего класса. Так, ныне средний чек (т.е. средняя стоимость стандартного набора блюд, которые обычно заказывают вечерние посетители) отображает потребности клиента с достаточно высокими доходами. Многие рестораторы ставят перед собой цель добиться снижения стоимости среднего чека, что позволит привлекать представителей социальных слоев со средним достатком.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность:уч. пос. - М.: Аспект Пресс, 2006. — 236 с.
2. Безруков Ю.Ф. Рекреационные ресурсы и куртология: уч.пос. – Симферополь, 1998. – 105 с.
3. Иванова Н.В. Туристско-рекреационное проектирование [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.В. Иванова, Н.А. Мальшина. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 141 c. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/51621.html
4. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: уч. пос. — 2-е изд. — Мн.: Новое знание, 2001. — 216с.
5. Корабейников И.Н. Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.Н. Корабейников, Ю.Е. Холодилина. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 103 c. — 978-5-7410-1415-8. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/61895.html
6. Лукьянова Л.Г. Рекреационные комплексы: уч.пос. – К.: Вища, 2004. – 346 с. Режим доступа: http://tourlib.net/books\_tourism/lukjanova.htm
7. Махов С.Ю. Оценка рекреационных систем [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие для высшего профессионального образования / С.Ю. Махов. — Электрон. текстовые данные. — Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИВ), 2013. — 142 c. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/33432.html
8. Овчаренко Н.П Организация гостиничного дела [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.П Овчаренко, Л.Л. Руденко, И.В. Барашок. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 204 c. — 978-5-394-02514-3. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/75213.html
9. Родионова Н.С. Современное состояние ресторанного бизнеса [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.С. Родионова, Е.В. Субботина, Н.Ю. Агаева. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2013. — 223 c. — 978-5-89448-974-2. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/47453.html
10. Руденко Л.Л. Технологии гостиничной деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Л.Л. Руденко, Н.П. Овчаренко, А.Б. Косолапов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 176 c. — 978-5-394-02315-6. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57230.html
11. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство: учебник. - 2-е изд. - М.: ЮРКНИГА, 2005. - 448 с.