

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА

ТЕМА 2. ГОСТИНИЧНАЯ
ИНДУСТРИЯ В СТРУКТУРЕ
СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА

ПЛАН

- 2.1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА
- 2.2. ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ
- 2.3. КЛАССИФИКАЦИЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Взаимосвязь между туризмом и гостеприимством

Туристическая индустрия приносит **Взаимосвязь между туризмом и гостеприимством** ит **3,8%** дохода в мировой ВВП напрямую и **более 10%** с учетом косвенного влияния

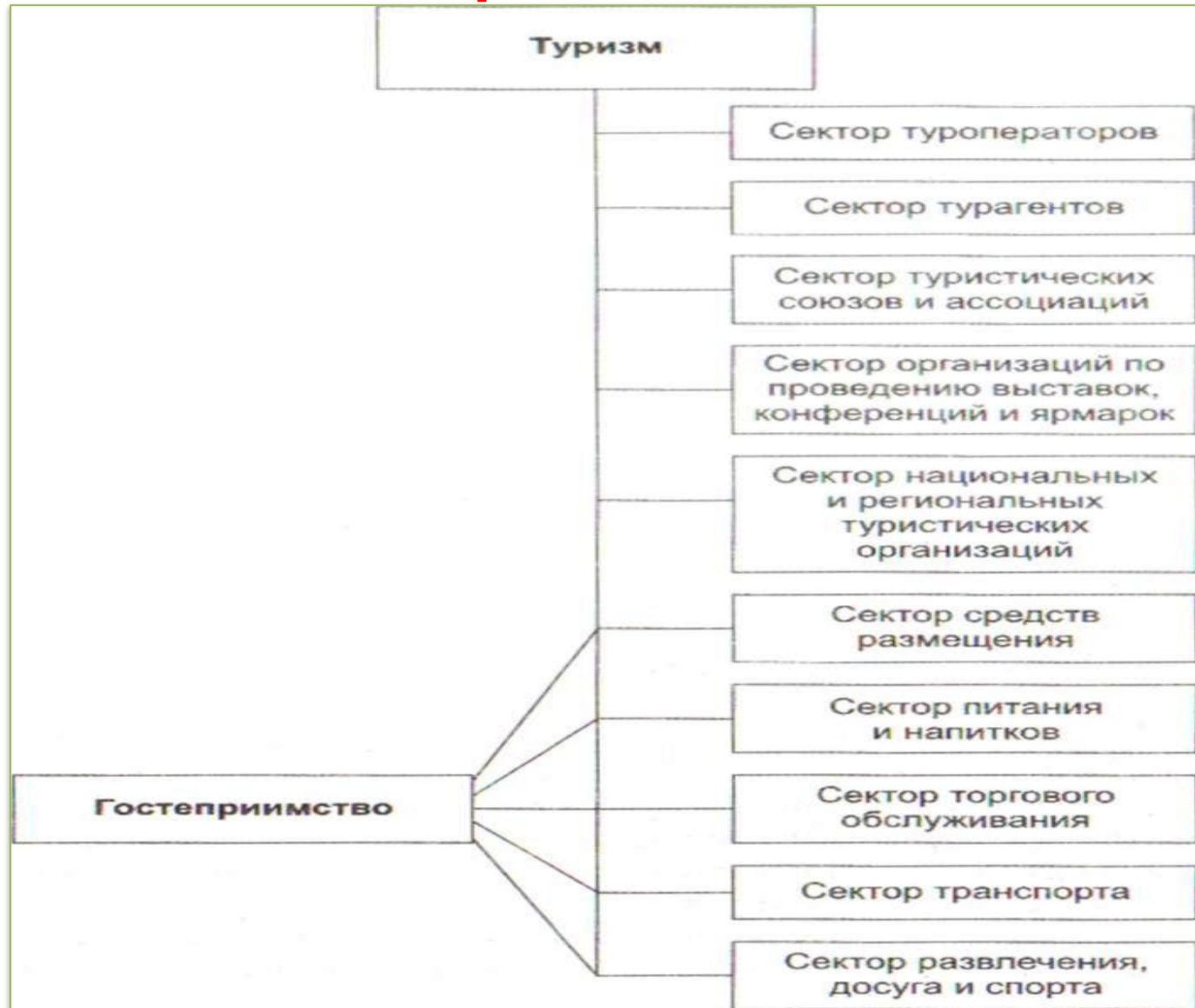
«**Гостеприимство** - это радушие в приеме и угощении посетителей (гостей); безвозмездный прием и угощение странников, или странноприимство»
(В.И.Даль)



ВАЖНО

в обслуживание, предлагаемое предприятиями индустрии гостеприимства, **не входят** услуги, связанные с выездным туризмом (деятельность турагентств, туроператоров и т. д.).

Структура индустрии туризма и гостеприимства



Элементы индустрии гостеприимства

- **Сектор питания и напитков.** Услугами предприятий питания пользуются не только туристы, но и местные жители, поэтому этот сектор и последнее время развивается стремительными темпами. Основной деятельностью предприятий питания является приготовление и продажа пищи, иногда предусмотрена организация развлекательных программ.
- **Сектор торгового обслуживания.** В инфраструктуру индустрии гостеприимства включены различные предприятия, занимающиеся розничной торговлей и предлагающие широкий выбор промышленных и продовольственных товаров. Среди таких предприятий: магазины, павильоны, ларьки, передвижные розничные точки.

Элементы индустрии гостеприимства

- **Сектор транспорта.** Современный туризм невозможно представить без транспортных средств (железнодорожного, воздушного, водного, морского, автомобильного транспорта).
- **Сектор развлечения, досуга, спорта.** К предприятиям, относящимся к сектору развлечения, досуга, спорта, относят парки отдыха, цирки, зоопарки, театры, музеи, библиотеки, экскурсионные бюро, катки, спортивные залы и т. д. Они могут выступать как самостоятельные и обособленные объекты индустрии гостеприимства, а могут быть частью

Элементы индустрии гостеприимства

Перечисленные сектора не относятся исключительно к сфере туризма и гостеприимства, а являются отдельными хозяйственно-экономическими сферами, и тем не менее все они частично или полностью задействованы в организации и проведении туристских поездок.

2.2.

- В России под гостиницей понимают **имущественный комплекс** (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг.
- **Основными** (комплексобразующими) **услугами** гостиничного предприятия являются:
 - размещение (предоставление номеров и связанных с этим услуг)
 - питание (как сочетание производства, торговли и обслуживания).

Помимо двух комплексобразующих услуг, гостиничные предприятия оказывают **ряд прочих услуг**, к которым относятся:

услуги конференц-залов, химчистки, проката автомобилей, фитнес-центров и т. д.

Гостиничный продукт - совокупность материальных, технических, человеческих, информационных, временных и других аспектов деятельности гостиницы по предоставлению клиентам благ, обладающих определенными свойствами и способными удовлетворить их потребности.

Обратите внимание :

помимо материальных (номера, ассортимент блюд и др.), существуют

- 2 вида классификации гостиничных продуктов:

горизонтальная (структурная):

- основные (то, что является основой деятельности гостиничного предприятия и основным источником дохода: для большинства гостиниц это предоставление номеров, а для конгресс-отелей — проведение различного рода мероприятий);
- сопутствующие (способствуют процессу использования основного продукта и увеличению прибыли, к ним могут относиться услуги химчисток, косметических салонов и др.);
- дополнительные (повышают привлекательность основного продукта в глазах клиентов, являются конкурентным преимуществом и помогают позиционировать основной продукт, например, наличие в гостинице профессионального консьержа)

- **вертикальная (уровневая)** по уровням одного конкретного продукта:
 - продукт по замыслу (представляет собой основную коммерческую идею гостиничного продукта, то есть ту выгоду, которую сможет получить клиент от совокупности свойств продукта);
 - продукт в реальном исполнении (это реальные материальные и нематериальные свойства продукта);
 - продукт с подкреплением (представляет собой реальный продукт с набором дополнительных выгод, как правило предоставляемых гостю бесплатно).

Особенности гостиничных услуг:

- **Неосвязаемость гостиничной услуги:** невозможность ее оценки до момента потребления;
- **Неодновременность процессов производства и потребления:** как правило, для большинства услуг характерна одновременность процессов производства и потребления, но отдельные услуги гостиницы не подразумевают присутствия клиента (уборка номера не совпадает с моментом заселения гостя);
- **Ограниченная возможность хранения** связана с тем, что не проданный сегодня номер не будет продан уже никогда;
- **Непостоянство качества** — одна из основных причин недовольства гостей. Качество услуги во многом зависит от того, кто и при каких условиях ее оказывает;
- **Сезонность спроса.** Эта особенность влияет на загрузку гостиниц, а следовательно, и на показатели эффективности их деятельности. Колебание спроса зависит прежде всего от времени года и дня недели, а также специализации предприятия (в зависимости от его местоположения).

КАТЕГОРИИ	РАЗРЯДЫ	ГРУППЫ
Коллективные средства размещения туристов	Гостиницы и аналогичные средства размещения туристов	

Критерии классификации гостиничных предприятий

1. По вместимости номерного фонда.

- В каждой стране с учетом социально-экономических и исторических особенностей развития существует свой подход к определению вместимости малых, средних и больших гостиниц.
- ВТО рекомендует считать малой гостиницей предприятие, номерной фонд которого — 30 номеров. Для большинства стран Европы (Италии, Греции, Германии и т. д.) характерны небольшие гостиницы, в то время как в Америке и на динамично развивающемся рынке Азии типичны гостиницы с большой вместимостью.
- Многие страны придерживаются подхода к классификации по вместимости, при котором:
 - малыми гостиницами считаются предприятия с вместимостью до 150 номеров;
 - средними — от 150 до 299 номеров;
 - большими — от 300 до 600 номеров;
 - мега-отелями — количество номеров более 600.

Критерии классификации гостиничных предприятий

2. По целевому рынку

Целевой рынок - группа (группы) потребителей, которых гостиница хочет привлечь и в дальнейшем сделать своими клиентами.

- Классификация гостиниц по целевому рынку основана на дифференциации типов обслуживаемых клиентов.
- Наиболее общими типами гостиниц, выделяемыми на основе этого критерия, являются следующие.

Классификация по целевому рынку

- **Бизнес-отели** - самая крупная группа гостиничных предприятий, поскольку цель более чем половины всех поездок — деловая.
- Обслуживание направлено на создание определенной обстановки:
- наличие в номере рабочей зоны помимо зоны отдыха,
- наличие специальных помещений и оборудования для проведения деловых мероприятий (конференц-залов, переговорных комнат и т. д.),
- наличие пунктов обмена валют и отделений банков и т. д.
- Среди дополнительных услуг бизнес-отелей значатся: услуги прачечной, химчистки, спортивных центров, прокат автомобилей и т. п.
- Обслуживание бизнес-клиентов позволяет гостинице наиболее точно прогнозировать загрузку и осуществлять бронирование.
- Обеспечение первоклассного сервиса может позволить гостиничному предприятию создать долгосрочные отношения с клиентами.

Классификация по целевому рынку

- *Гостиницы при аэропортах*
- Клиентами являются бизнесмены, пассажиры отмененных (или отложенных) авиарейсов, персонал авиакомпаний.
- Гостиничный транспорт перевозит гостей от аэропорта в отель.
- Многие гостиницы при аэропортах предоставляют услуги по проведению конференций, позволяя клиентам избежать лишних перемещений по земле и потери времени.

Классификация по целевому рынку

- *Сюит-отели:*
- расширенные площади номеров (они обычно включают гостиную и спальню, иногда маленькую кухню с холодильником (и мини-баром));
- сокращение площадей помещений общего пользования;
- незначительное количество дополнительных услуг;
- относительно невысокие цены.
- Клиенты сьюит-отелей — люди, использующие их как временное жилище и желающие находиться в домашней атмосфере.

Классификация по целевому рынку

Апарт-отели (гостиницы длительного проживания):

- похожи на сьюит-отели, но обычно предоставляют кухонное оборудование.
- предназначены для гостей, которые собираются прожить не менее 5 дней.
- цена зависит от времени пребывания и позволяет сократить расходы путешественников за счет ограниченного набора основных (услуг питания) и дополнительных услуг.
- для таких отелей тоже характерно стремление к созданию домашней атмосферы.

Классификация по целевому рынку

Резидентские гостиницы (гостиницы для постоянного проживания)

- Наибольшее распространение получили в США, на сегодняшний день не очень популярны (частично вытеснены кондоминиум-отелями и сьют-отелями).
- Предназначены для длительного или постоянного проживания людей (иногда согласно договору постояльцы считаются жильцами).
- Номера таких гостиниц могут напоминать номера сьют-отелей (есть гостиная, спальня, кухня).
- Может предоставлять полный или ограниченный набор услуг (уборку номеров, службу администратора, услуги прачечной и т.

Классификация по целевому рынку

- *Easy Hotel*— это совершенно новый тип гостиниц, как правило, размещаются в центрах крупных городов.
- Такие гостиницы не предоставляют никаких услуг, кроме размещения,
- в ней нет общественных зон,
- единственный сотрудник, которого могут увидеть клиенты, — это менеджер на ресепшен.
- Номера отличаются небольшими размерами (от 7,2 до 6,3 м²). но в каждом из них есть двуспальная кровать, санузел с душем, кондиционер, телевизор.
- Первая гостиница типа *easy hotel* уже открылась в Лондоне (в 2005 г.).

Классификация по целевому рынку

- *Курортные гостиницы* .
- Отличительный признак этих средств размещения - наличие специальных условий для отдыха (оборудования и приспособлений) и местонахождение, в зависимости от которого определяется специфика обслуживания.
- Курортные гостиницы могут располагаться па летних, круглогодичных, горнолыжных и зимних курортах.
- Предлагаемые услуги — широкий ассортимент еды и напитков, а также различного рода дополнительные услуги.
- Основная цель курортных гостиниц — предусмотреть все пожелания клиента.
- Основная проблема - сезонный фактор, который оказывает негативное влияние на загрузку материальной базы.
- возникают проблемы, связанные с наймом и сохранением квалифицированного персонала.
- Многие из гостиниц в несезонный период предпочитают закрываться, другие пытаются выйти на новые рынки, уделяя большое внимание обслуживанию деловых

Классификация по целевому рынку

- ***Гостиницы B&B (bedandbreakfast).***
- Такой тип средства размещения распространен во всем мире: туристы останавливаются в частном жилом доме или небольшой гостинице.
- Услуги упоминаются в самом названии: проживание и завтрак.
- Владельцы гостиниц B&B обычно проживают там, следят за порядком, занимаются приготовлением завтраков (для них это может быть не основным видом деятельности).
- Распространены эти средства размещения традиционно в сельской местности, но встречаются и в городах при наличии там туристских ресурсов или транспортно-транзитных узлов.

Таблица 2. Классификация гостиниц B&B

Тип B&B	Тип помещений, отводимых под B&B	Владение и управление	Совместное проживание семьи и гостей	Услуги, ожидаемые клиентами	Основные клиенты, средние сроки проживания
Homestay (проживание в семье)	Многокомнатная квартира, частный жилой дом в городской или сельской местности	Обязательно семейное	Обязательно	Стандартные	Туристы, 5-7 дней
Farmstay (проживание в деревенской семье)	Частный жилой дом	Обязательно семейное	Обязательно	Стандартные	Туристы, 5-7 дней
Inns (коммерческий B&B)	Многокомнатная квартира, частный жилой дом в городской или сельской местности	Необязательно семейное, возможно через наемных работников	Необязательно	Стандартные	Туристы, бизнесмены, командированные лица, не более 1-5 дней
Farm Vacation (отпуск в деревне)	Частное подворье, ферма, летник с фермерским или подсобным хозяйством	Фермерское, крестьянское хозяйство, община, несколько семей	Необязательно	Стандартные, развлекательные и досуговые мероприятия, рыболовство, сбор дикорастущих растений	Туристы, семья, 5-7 дней и более.
Cottage (отпуск в коттедже)	Частный жилой дом, коттедж в городе, пригороде, деревне, курорте	Необязательно семейное	Необязательно	Стандартный, гости могут самостоятельно заботиться о питании	Семья, туристы, лечащиеся в санаториях, не менее 5-7 дней
Appartments (проживание в квартире)	Многокомнатная квартира, частный дом, коттедж в городе, пригороде, деревне, курорте	Необязательно семейное	Необязательно	Стандартный, гости могут самостоятельно заботиться о питании	Семья, туристы, лечащиеся в санаториях, не менее 5-7 дней

Классификация по целевому признаку

Казино-отели.

- Появление этого класса средств размещения связано с развитием игорного бизнеса.
- Комплексообразующие услуги большинства гостиниц — размещение и питание — для казино-отелей являются вторичными по отношению к организации игорного бизнеса.
- Отличительной чертой является ценовая политика: номера, питание и напитки, как правило, крайне дороги. Помимо перечисленных видов услуг, казино-отели могут предлагать экстравагантные шоу-программы, организацию перелетов чартерными рейсами для иногородних клиентов, теннисные корты и пр.

Классификация по целевому признаку

- *Конгресс-центры и конгресс-отели.*
- Являются разновидностью бизнес-отелей
- специализируются на обслуживании различного рода мероприятий (конференций, симпозиумов).
- Помимо размещения и питания, отелем предоставляются специальные помещения, выставочные площади и различное оборудование (аудиовизуальная аппаратура, экраны и приспособления для демонстрации плакатов и т. д.).
- могут предоставлять дополнительные услуги (спортивные центры и пр.) участникам мероприятий.
- Ассортимент предлагаемых услуг не так разнообразен, как в бизнес-отелях, потому что первоочередной задачей является удовлетворение потребностей организаторов мероприятий.
- Как правило, велики по площади и обособлены.
- выставляют организаторам мероприятий единую таксу, включающую проживание, питание и стоимость участия в мероприятиях.
- также специализируются на обслуживании участников различных мероприятий.
- Отличительной чертой этих средств размещения является размер номерного фонда — 2 тыс. и более.
- В распоряжении конгресс-отеля находятся различные выставочные площади и помещения для встреч, полный набор бизнес-услуг (проведение телеконференций, услуги переводчика и секретаря и т. п.).
- Конгресс-отели требуют предварительного бронирования для бизнес-групп, как правило, за 2 года до мероприятия (иногда — за 10 лет вперед). Это связано с необходимостью размещения большого количества участников.
- Конгресс-отель не всегда располагает всеми необходимыми средствами для проведения мероприятия; в таком случае он заключает соглашение с местным конгресс-центром.

Классификация по целевому признаку

- **Таймшер-отели** — отели «на период отпуска» являются одним из развивающихся сегментов индустрии гостеприимства.
- Основной принцип заключается в выкупе клиентом на определенный период времени (как правило, несколько недель в году) части гостиничной собственности, которая представляет собой гостиничный номер и прилегающую к нему территорию — кондоминиум.
- Достоинство таймшера — возможность обмена времени и места владения с лицом, имеющим аналогичную собственность в другом месте. Это позволяет интересно проводить отпуск и получать новые впечатления. Обмены помогает осуществлять управляющая компания.
- Основными компаниями по таймшер-обмену являются: *Internal International (II)* и *Resort Condominiums International (RCI)*.
- **Кондоминиум-отели** похожи на таймшер-отели, различие между ними заключается в механизме владения собственностью.
- Номерной блок кондоминиум-отеля в течение года имеет одного владельца, который проживает в нем определенный срок.
- В остальное время управляющая компания по договоренности сдает собственность в аренду, доходы от которой идут владельцу. Он оплачивает эксплуатационное и операционное обслуживание (аналогичные расходы несут и владельцы таймшера), предоставление рекламы и услуг по аренде. Номер таких отелей состоит из гостиной, столовой, кухни, ванной, одной или

Альтернативные средства размещения

- **Мотель** — средство размещения, расположенное вблизи автомобильной дороги, предлагающее размещение (реже питание) и место для парковки. За счет ограниченного ассортимента услуг предлагает невысокие цены.
- **Флотель** - теплоходы, предоставляющие своим клиентам разнообразные услуги; могут представлять собой многоэтажные сооружения с большим количеством ресторанов, кафе, магазинов, спортивных и развлекательных центров.
- **Ботель** — небольшое судно, оборудованное под гостиницу, для размещения и отдыха туристов у берегов моря или озера. Находится, как правило, в живописном месте или недалеко от достопримечательностей.
- **Ротель** — гостиница, организованная в поезде; как правило, пребывание в ней дорогое удовольствие, оправданное большим количеством услуг и высоким уровнем сервиса.
- **Флайтель** — самолеты, оборудованные для проживания. Вследствие своей дороговизны не является распространенным средством размещения.
- **Караванинги, кемпинги, паркинги** — предоставляют размещение туристам, путешествующим на машинах или трейлерах; обычно дополнительный набор услуг заключается в обеспечении помещениями для приготовления пищи, душевыми и туалетными комнатами.
- К альтернативным относят также **размещение в частном секторе**, которое обычно пользуется спросом у клиентов, останавливающихся на длительный срок. Жилой сектор может предоставлять своим постояльцам полностью меблированные комнаты. Составляет конкуренцию гостиницам за счет более низкой цены.

Классификация по уровню комфорта

- Уровень комфорта — это комплексный критерий, который складывается из ряда требований (к состоянию номерного фонда, техническому оснащению гостиницы, наличию и состоянию предприятий питания, возможности предоставления дополнительных услуг, квалификации персонала и т. д.).
- Три направления формирования требований для определения категории средства размещения:
 - 1 - категория средства размещения определяется исходя из понятия «технического качества» (то есть требования устанавливаются к размеру площадей, наличию оборудования, вместимости гостиницы и численности персонала и др.),
 - 2 - опирается на понятие «функционального» качества (особое внимание уделяется уровню обслуживания),
 - 3 - представляет собой комбинацию двух первых.
- В каждом государстве или определенной гостиничной цепи к понятию комфорта относятся по-разному, что затрудняет создание единой системы классификации.
- Для создания национальных систем классификации средств размещения государственными органами, занимающимися вопросами туристской индустрии (совместно с представителями гостиничного сектора, научно-исследовательскими организациями), вырабатываются соответствующие нормативные требования. Эти системы могут носить как обязательный, так и добровольный характер.

Классификация по уровню комфорта

- В соответствии с классификацией ВТО все гостиницы делятся на 5 категорий, обозначаемых звездами.
- В документе описываются требования, разделенные на две категории.
- Первая предъявляется ко всем классам гостиниц (необходимые условия для обеспечения безопасности проживания гостя).
- Вторая предъявляется конкретно к определенному классу гостиниц (к качеству сервиса и разнообразию предоставляемых услуг).