

# ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС



# План презентации

- ◎ 1. Индустрия гостеприимства
- ◎ 2. Качество обслуживания в гостиничном бизнесе
- ◎ 3. Договорные отношения между туристическими фирмами и гостиницами

ХОТЯ ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ ГОСТЕПРИИМСТВО – ЭТО УМЕНИЕ ХОЗЯИНА ЧУТКО И ВНИМАТЕЛЬНО ОТНЕСТИСЬ К НУЖДАМ ГОСТЯ БЕЗВОЗМЕЗДНО, В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ ВСЁ ЧАЩЕ ЭТО СЛОВО УПОМИНАЕТСЯ ВМЕСТЕ СО СЛОВОМ «ИНДУСТРИЯ»



# ***ГОСТЕПРИИМСТВО:***

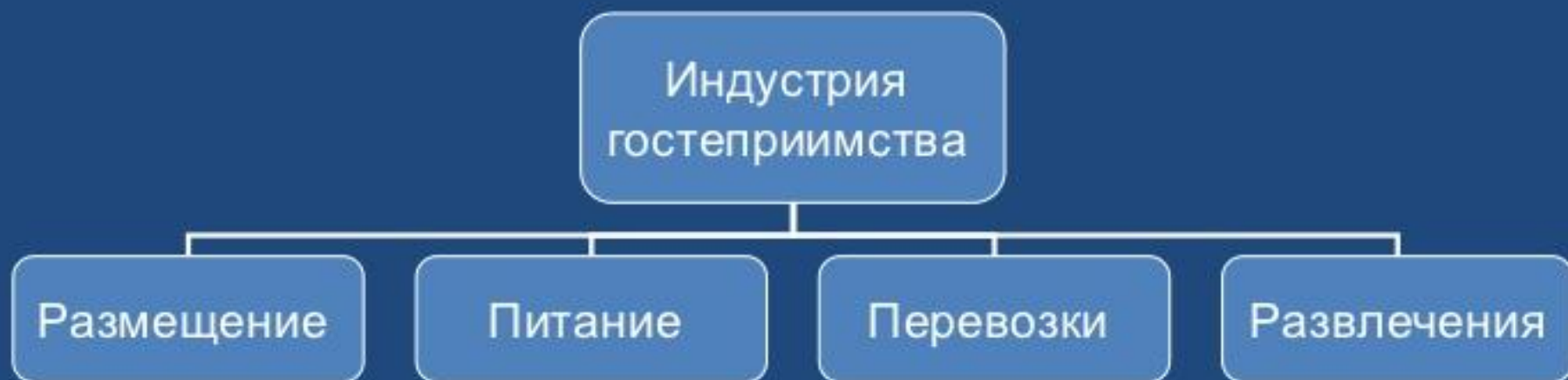
**одно из фундаментальных понятий  
человеческой цивилизации, в  
настоящее время под воздействием  
научно-технического процесса  
превратилось в мощную индустрию,  
в которой работают миллионы  
профессионалов, создавая уют и  
комфорт благо людей.**



# **Индустрия гостеприимства -**

**это сложная, комплексная сфера профессиональной деятельности людей, усилия которых направлены на удовлетворение разнообразных потребностей клиентов (гостей), как туристов, так и местных жителей.**

# Структура индустрии гостеприимства



- аэропорты, вокзалы
- автомобильные дороги
- транспорт
- торговля
- подготовка кадров
- безопасность

- здравоохранение
- коммуникации
- бытовое обслуживание
- сельское хозяйство
- производство сувениров
- доброжелательность населения

**«Гостиница – это предприятие, предоставляющее людям, находящимся вне дома, комплекс услуг, важнейшими среди которых в равной степени являются услуга размещения и питания».**



# Индустрия гостеприимства

## Гостеприимство

Продовольственный сектор

Сектор размещения



## Путешествия и туризм

Турагенты и туроператоры

Развлечения и отдых

Транспорт



# Размещение – самый важный элемент туризма

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



Существенно положительные социально-экономические воздействия индустрии гостеприимства на национальном и региональном уровнях:

- ❑ **новые рабочие места, созданные благодаря туризму и гостиничному бизнесу;**
- ❑ мультипликативный эффект;
- ❑ вклад в государственные и региональные доходы.

# Социокультурные выгоды:

повышение жизненного уровня населения;

сохранение культурного наследия;

содействие созданию и поддержке музеев, сохранению и финансированию культурно-исторических памятников;

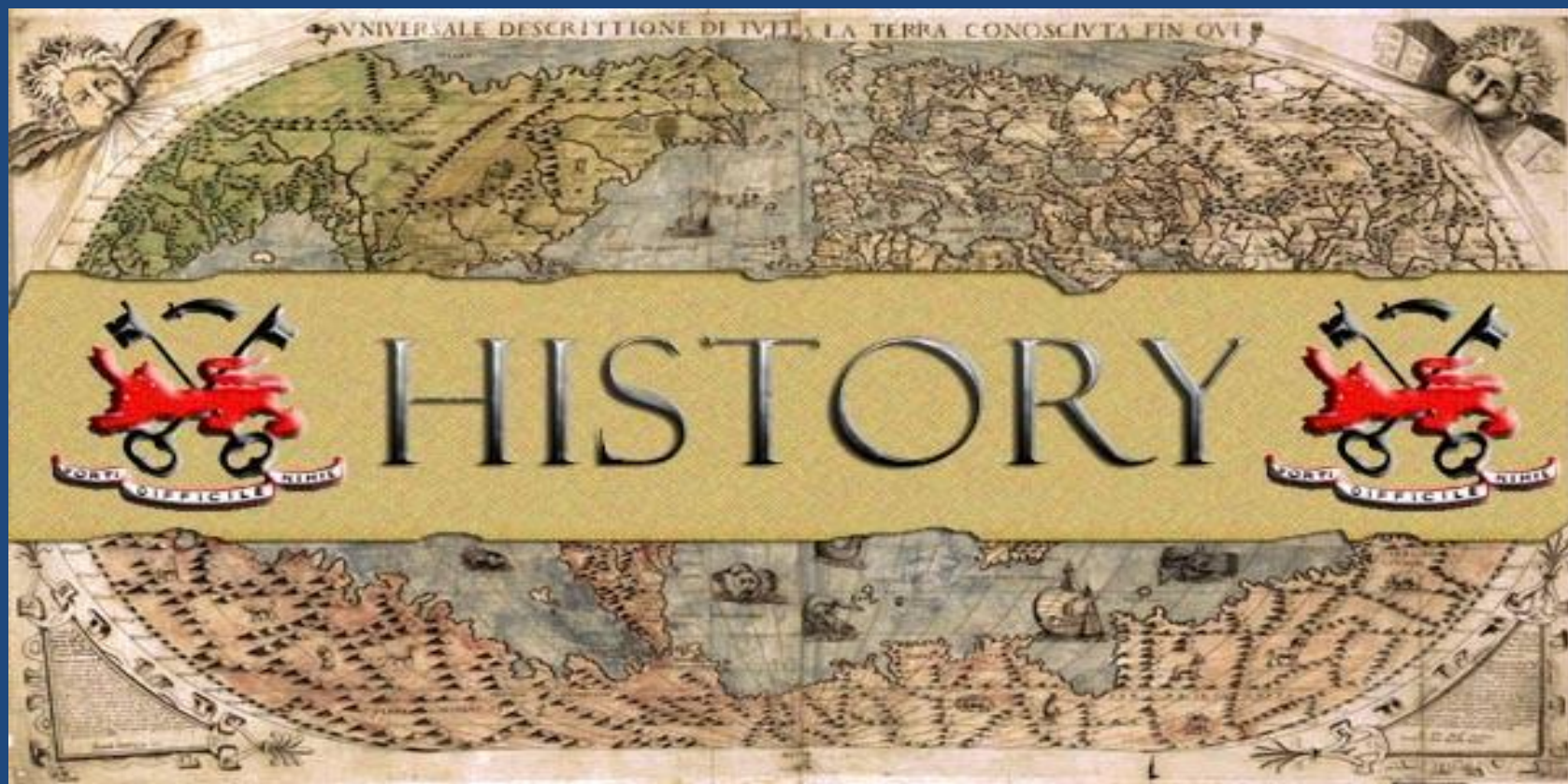
усиление чувства гордости населения за свою культуру и самобытность;

обеспечение возможностей для межкультурных обменов.

Таким образом, индустрия туризма и гостеприимства является одной из важнейших частей обширного рынка услуг, и представляет собой быстрорастущую и высокодоходную индустрию, способную прямо и косвенно влиять на формирование условий устойчивого социально-экономического роста мирового и национального хозяйства.

# Из истории гостиниц

Никто не знает когда была открыта первая гостиница. Это случилось примерно 500 лет до н.э.



История развития гостиничного дела неразрывно связана с путешествиями. Путешествуя с разной целью и намерениями (посещение святых мест и храмов, олимпийских игр и т.п.) люди нуждались в приюте, питании и отдыхе. Древнейшие упоминания о местах для размещения путешественников можно найти в письменных источниках Древнего Египта.





Слово «отель» впервые появилось в XVIII веке во Франции. Так называли многоквартирное здание, номера в котором сдавались на разный период времени. Название прижилось в Америке, где владельцы таверн и постоялых дворов стремились предать своим заведениям аристократический французский шик. Именно в Соединенных Штатах произошло стремительное развитие гостиничного бизнеса, где в связи с непрерывным потоком эмигрантов отели были постоянно востребованными.





Постоялые дворы, предшественники первых гостиниц. В них отдыхали и меняли лошадей. Эти постоялые дворы - “ямы”, как их называли, располагались один от другого на расстоянии конного перехода.

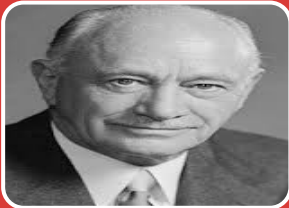
# Отельеры и отели, вошедшие в историю



Cesar Ritz (1847-1935), Ritz Hotel в Париже – первый отель с ванными комнатами и телефонами в каждом номере.



Elsworth Statler - начал карьеру отельера в 1878 году. Первым ввёл стандарты обслуживания в отеле (The Statler Service Code).



Conrad Hilton (1887-1979) – организовал одну из первых гостиничных цепей.



Ernest Henderson – в 1941 году создал гостиничную цепь Sheraton, которая долгое время оставалась крупнейшей в мире.



## Задачи гостиничной индустрии

Предоставление посетителям комфортного и безопасного проживания

Централизация и оптимизация рабочих процессов для снижения затрат

Эффективное управление персоналом

Баланс между набором услуг для гостей и рентабельностью этих услуг

Поддержание «марки»



**Специфика гостиничной услуги определяется особенностями и технологиями обслуживания гостей.**

**Технологический процесс оказания гостиничной услуги включает в себя:**

встречу гостя при входе в гостиницу;

регистрацию, оформление документов и размещение гостя;

обслуживание в номере;

обслуживание при предоставлении услуг питания;

удовлетворение культурных запросов, спортивное, оздоровительное и фитнес-обслуживание;

оформление выезда, проводы при отъезде.

# Встречу гостя при входе в гостиницу



# Регистрацию, оформление документов и размещение гостя



# Обслуживание в номере



# Обслуживание при предоставлении услуг питания



# Удовлетворение культурных запросов, спортивное, оздоровительное и фитнес- обслуживание

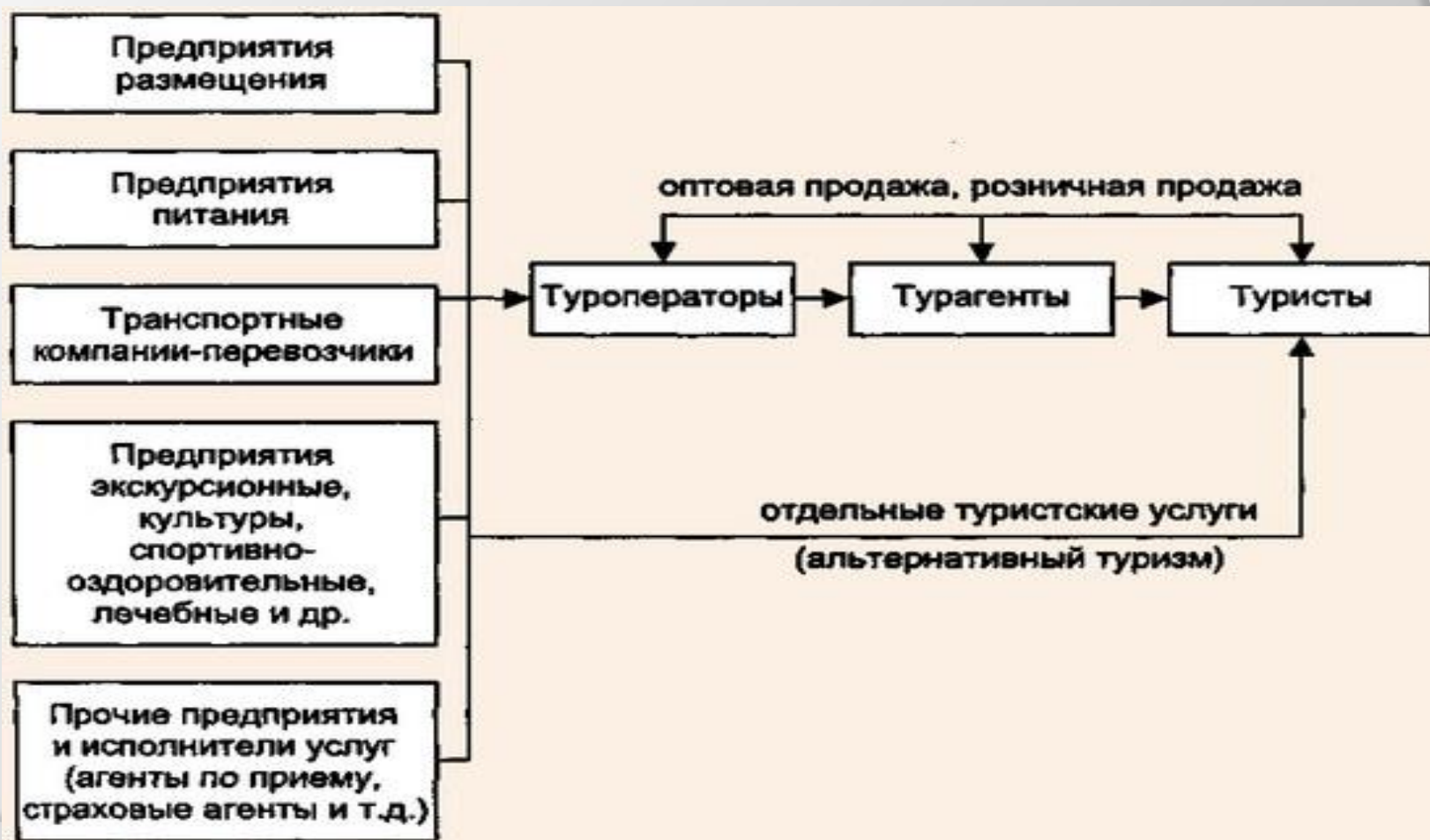


# Оформление выезда, проводы при отъезде





# Договорные отношения между туристическими фирмами и гостиницами



**агентские**

**комиссионные**

**Договора с  
турфирмами  
гостиницы  
заклучают  
трех видов:**

**корпоративные**



Предметом агентского и комиссионного договоров является предоставление клиентам фирмы гостиничного обслуживания в соответствии с действующими генеральными тарифами гостиницы, являющимися неотъемлемой частью такого договора.

С учетом планируемого объема заказываемых услуг турфирме предоставляется скидка от базовой цены.

В случае невыполнения или перевыполнения фирмой оговоренного годового объема стоимости проживания гостиница увеличивает или уменьшает размер скидки по итогам 11 месяцев действия договора, согласно системе скидок с цен генеральных тарифов.



**Гостиница устанавливает разный уровень скидок для турфирм в зависимости от того, является ли она турагентом или туроператором, размера фирмы, ее финансового положения, маркетинговой политики, торговой марки и т.д.**

образует конечные  
продажные цены  
как на отдельные  
услуги, так и на  
турпакеты, и потому  
в отношении  
туроператора  
гостиница  
использует так  
называемые чистые  
(net) цены - цены,

цена услуг для туроператора (фактически  
- размер скидки от максимальной цены)  
должна предполагать возможность  
туроператору образовать для своих  
турагентств цену с известной агентской  
комиссией;

## Определяя цены для туроператоров, гостиницы должны учитывать следующее:

цена услуг для туроператора должна  
позволять ему покрывать свои расходы  
на обработку и пересылку бронирований,  
а также направлять часть средств на  
маркетинг и продвижение турпродукта  
на рынке;

цены услуг;  
предоставляемых  
гостиницей, не  
должна быть выше,  
чем соответствующая  
продажная цена,  
устанавливаемая  
самой гостиницей для  
розничных,  
корпоративных

**Спасибо за внимание!!!**

