



# **Сервис и гостеприимство**

**в Европе**

**Инга  
САМБУР  
2017**

# Индустрия

## гостеприимства:

02



Туризм



Общественное  
питание



Гостиничный  
бизнес



Отдых  
и развлечения



Ресторанный  
бизнес



Организация  
конференций  
и совещаний

# Индустрия

Сектора включает

03  
Сектор  
Ряд

**ГОСТЕПРИИМСТВО** — производство услуг с проявлением персонального внимания по отношению к туристу и способность чувствовать его пожелания и потребности



Предприятия  
общественного  
питания



Транспортные  
услуги



Культурно-  
развлекательные  
услуги.

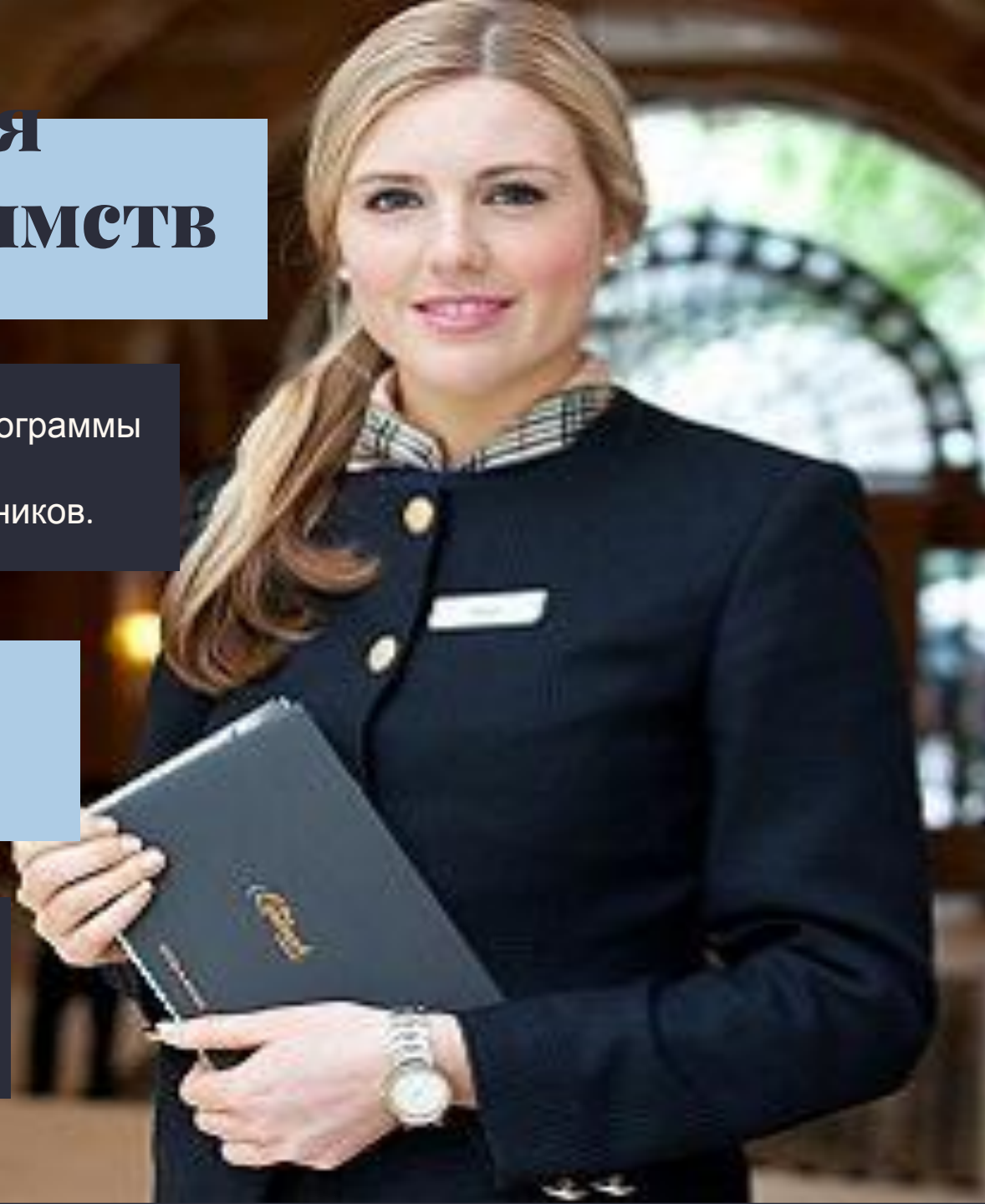
04

## Индустрия гостеприимств а

на создание позитивной программы  
по привлечению туристов,  
отдыхающих, путешественников.

## Индустрия туризма

связана с предоставлением услуг  
по отправлению туристов в  
различные страны или города.



# Ценовая

# дифференциация

**ЦЕНОВАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ** — это сегментация рынка, основанная на эластичности

Наиболее распространенными системами скидок являются следующие:

1

*Скидки для постоянных клиентов*

2

*Скидки для определенных групп туристов*



3

*Скидки для туристических агентств и т. д.*



# Система натурального вознаграждения клиентов

направлена на стимулирование гостей на приобретение товаров или услуг в конкретной форме

## Преимущества:

- **клиент не тратит деньги на определенные услуги**, «зарабатывает» бонусы, которые переводят на специальный счет участника соответствующей программы вознаграждения. При применении данной системы часто используется «возврат денег клиента»
- **с клиентом устанавливается диалог**, посредством которого увеличивается спрос, тем самым повышается качество обслуживания
- программа позволяет **расширять спектр** предоставляемых услуг
- программы способствуют **развитию индустрии гостеприимства и повышают спрос** на конкретный вид предприятия



# Гостеприимное

## поведение

### ГОСТЕПРИИМНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

требует особого внимания, поскольку этому нельзя в полной мере научиться, несмотря на то что проводятся различные обучающие программы для персонала.

07



# Гостеприимство

## ГОСТЕПРИИМСТВО –

работа всего коллектива, а не одного сотрудника.

*Ответственность за гостеприимство персонала* несет каждый работник, при этом одной из наиболее важных их обязанностей является поддержание благоприятной обстановки в отеле.

08





# Индустрия

## гостеприимства

Индустрия гостеприимства находится в процессе становления и направлена на

*Изучение конъюнктуры рынка*

*Получение прибыли от сотрудничества со своими клиентами*

*Конкурентоспособности в сфере туризма*

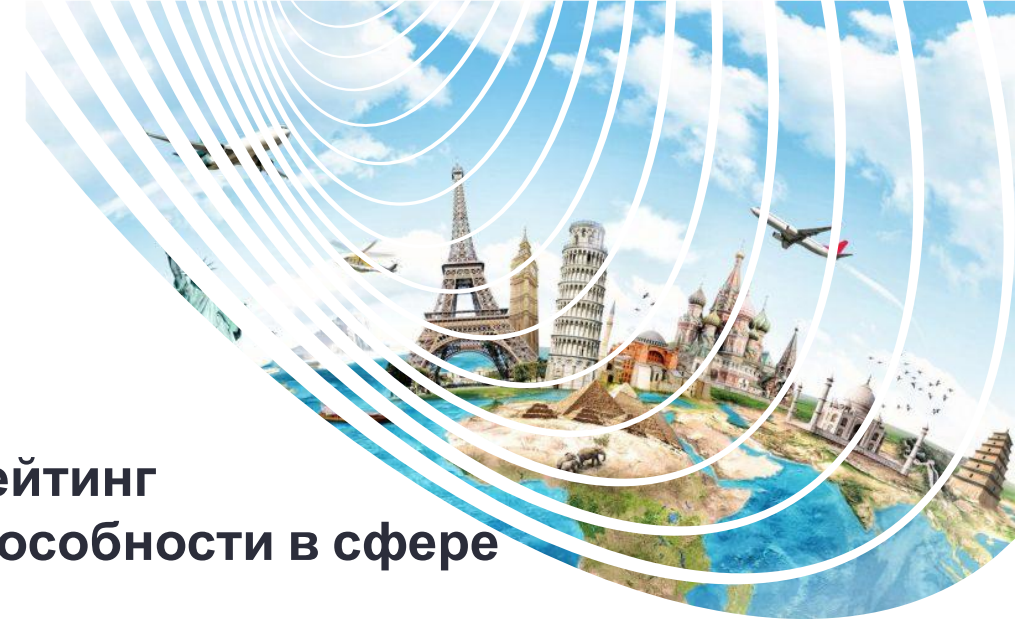
*Изучение опыта ведущих стран и компаний*

Ежегодный рейтинг конкурентоспособности в сфере туризма

оценка **130 стран** мира по **14 критериям** (политика властей в области туризма, безопасность, транспортная инфраструктура, санитарные условия, экология, наличие комфортабельных отелей и культурных ценностей из Всемирного списка ЮНЕСКО и стоимость отдыха и т.д.)

**ТОП-5 лучших государств:**

Швейцария, Австрия, Германия, Австралия и Испания



09

# Основные понятия: Индустрия гостеприимства

**Ваген:**

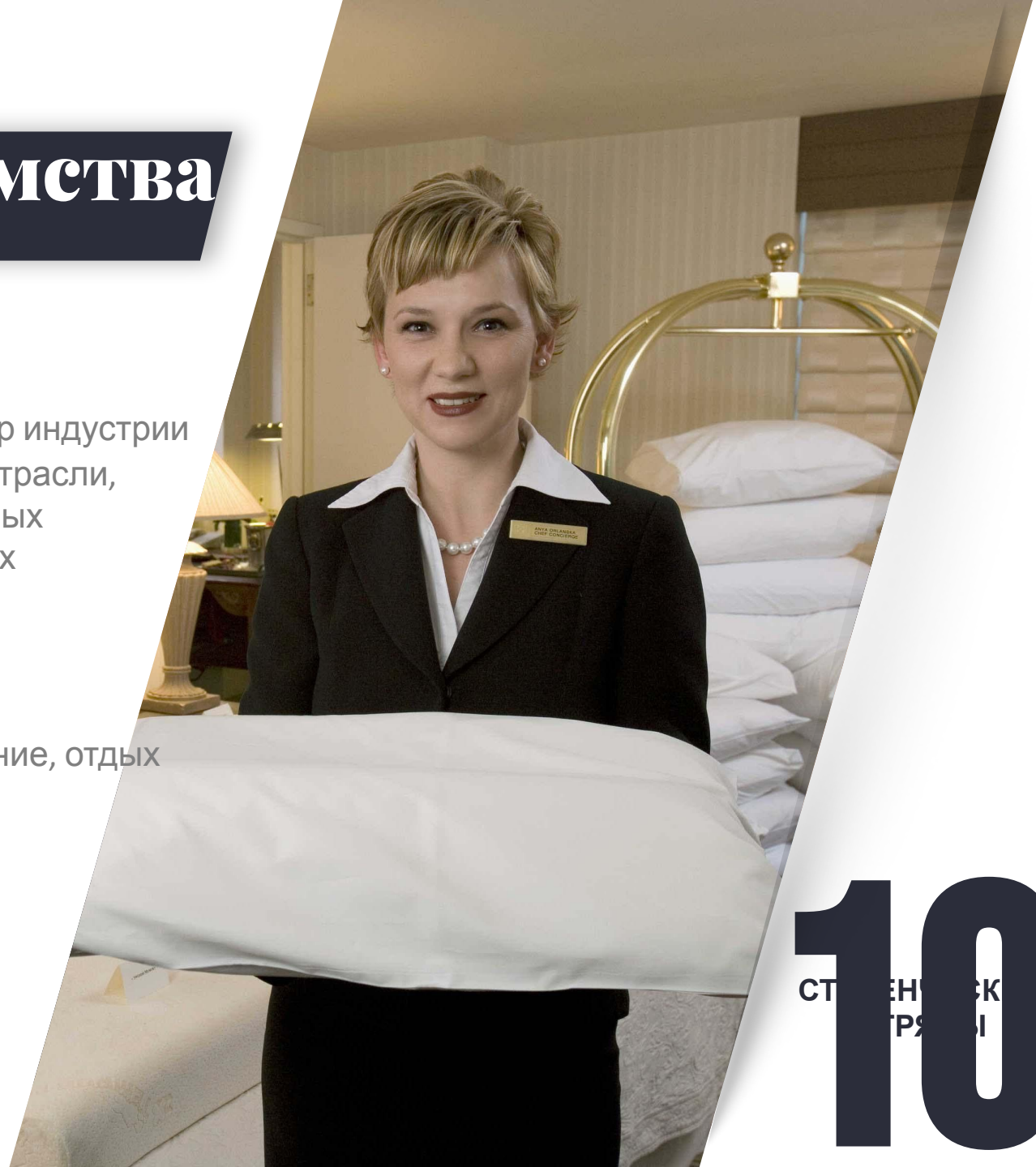
**индустрия гостеприимства** — это сектор индустрии туризма, отвечающий за размещение туристов, а также отрасли, деятельность которых направлена на продажу алкогольных напитков, предоставление жилья, пищи и увеселительных мероприятий

**Дж.Р. Уокер:**

**индустрия гостеприимства** — туризм, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, отдых и развлечения, организацию конференций и совещаний

**Н. Уэбстер**

**индустрия гостеприимства** — это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям



СТЕПЕНЬ  
ТРЯ  
10

# Основные понятия: Индустрия гостеприимства

*Р. А. Браймер*

**индустрия гостеприимства** является собирательным понятием для разнообразных и многочисленных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанном с приемом и обслуживанием гостей. Основные направления индустрии гостеприимства: общественное питание, размещение, перевозка и отдых

*В России:*

**индустрия гостеприимства** — это совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения



# История развития гостеприимства

Впервые индустрия гостеприимства появилась еще **во времена Античности**. **Первое документальное подтверждение** существования индустрии гостеприимства зафиксировано в эпоху Древней Греции и Древнего Рима.

- Кодекс вавилонского царя Хаммурапи
- Таверны в Древней Греции
- постоянные дворы в Древнем Риме

**В период раннего Средневековья** предоставлением услуг для обычных людей занимались религиозные учреждения.

В Средние века количество постоянных домов постоянно увеличивалось, однако уровень оказываемых там услуг оставался низким. Во всех постоянных дворах существовала четкая дифференциация по классовому признаку.

12  
СТЕПЕНЧЕСКИ  
ТЯЖЕЛЫМ

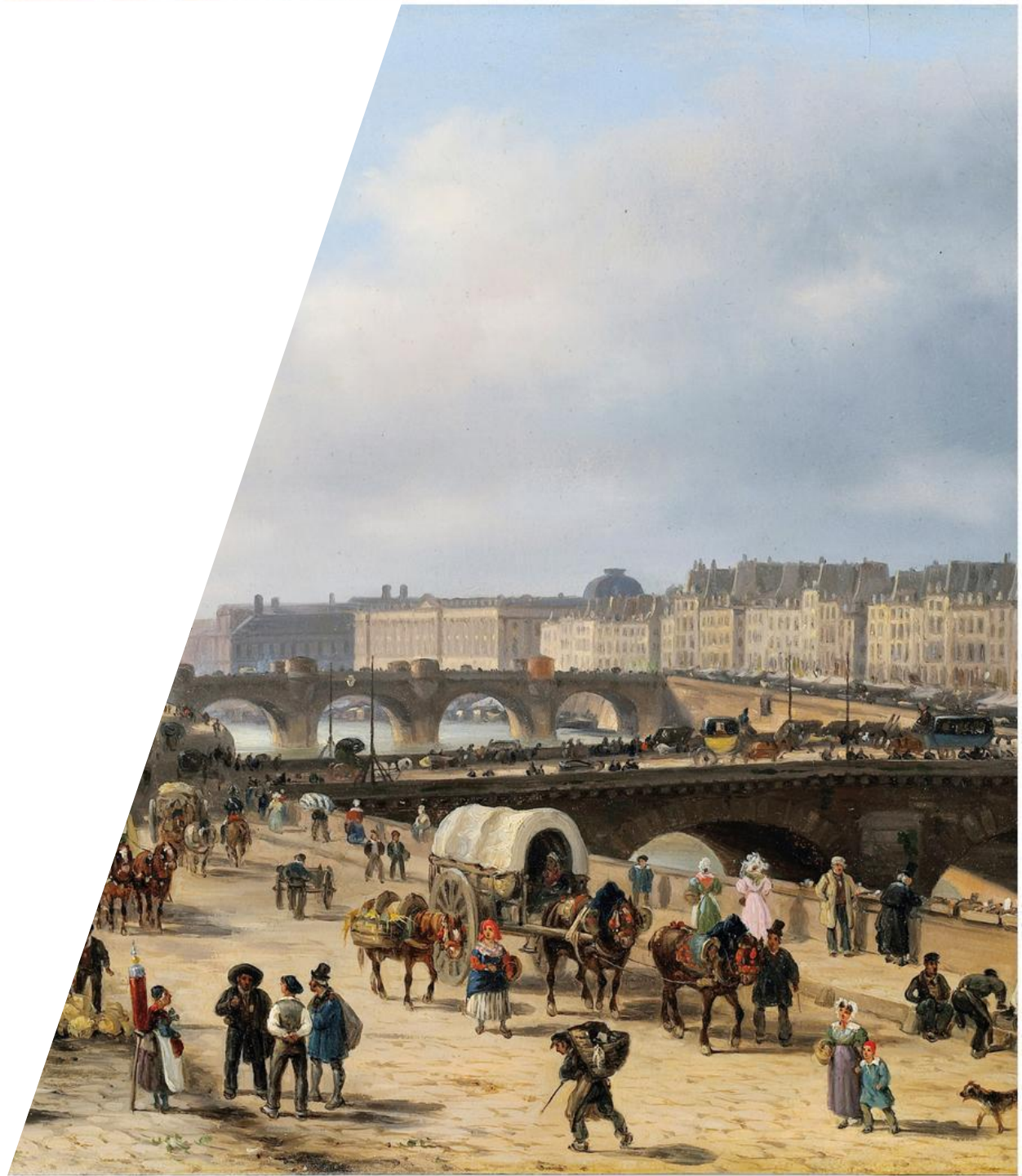


# Родоначальниками изысканной кухни

*Родоначальниками изысканной кухни* среди европейцев были жители Италии. Ранняя буржуазия этой страны, занимавшаяся торговлей и ремеслом, способствовала становлению поварского искусства и развитию индустрии гостеприимства.

СТЕНЧЕ  
ГРЯД  
**13**

Примерно во второй половине XIV в. центр знаменитого кулинарного и гостеприимного искусства переместился из Италии в столицу Франции — *Париж*. Пищевая индустрия получала во Франции значительную государственную поддержку.



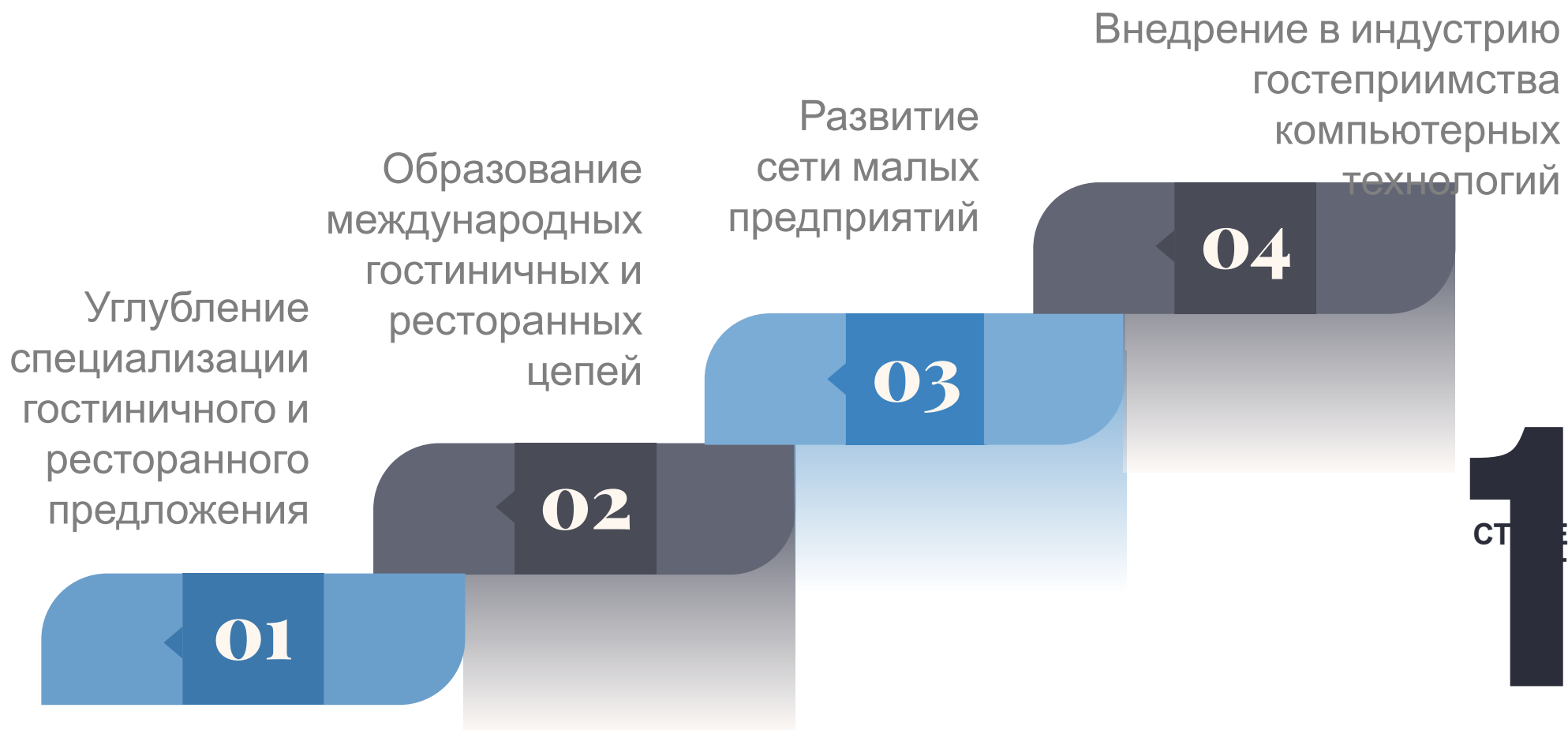
# Секреты искусства кулинарии и гостеприимства:

- Первая поваренная книга, автор Гийомо Тиреле, Франция, 1375 г.
- Добродетельные удовольствия, неизвестные монахи, Италия, 1470 г.
- Поваренная книга, Англия, 1508 г.
- Первое меню для двора короля Карла IX, Франция, 1571 г.
- Изысканное меню при дворе Людовика XIV, Франция, XVII в.
- Появление современного ресторана, М. Буланже, Франция, 1760-1790
- Появление двуязычного меню, Delmonico, США
- Шеф-повар в каждом фешенебельном отеле, 1852 г.
- Сеть придорожных гостиниц, Фред Харвей, с 1880 по 1890
- Меню «а-ля карт», XIX в.
- Развитие индустрии гостеприимства, особенно интенсивно в Европе и США, XX в.
- Современная индустрия гостеприимства, XXI в.

14



# Основные направления развития предприятий гостиничной сферы:



СТЕПЕНЬ  
ПРЯМОЙ

# 15

# Развитие Гостеприимства в Европе

СТЕПЕНЬ  
ПРЯ  
**16**

**Начало развития системы** гостеприимства в средневековой Европе связано с возникшими при монастырях и рыцарских орденах странноприимными домами.

Появление большого числа купцов, паломников, да и просто путешественников по дорогам средневековой Европы способствовало **развитию традиций гостеприимства**. Дома для отдыха пилигримов

Процессы секуляризации фактически привели к разрушению созданной в Европе системы гостеприимства на базе монастырей.

**Содержание гостиниц в возрождающихся** городах юга Европы становится солидным процветающим бизнесом. По всей Европе стали развиваться постоянные дворы и таверны, которые принимали путешественников, предоставляя им крайне скромные условия для проживания.

В раннем средневековье сохранялись, идущие еще со времен римской Империи, традиции лечебных путешествий. С середины XIV в. процветают старые и появляются новые курорты





17  
СТЕПЕНЧЕСКОЕ  
ПРЯДЬ



Швеция

## Традиции гостеприимства в некоторых странах Европы

Шведское общество характеризуется высокой степенью социального равенства.

Ужин занимает *максимум полчаса* и столько же — чаепитие.

Принято отвечать приглашением в гости на приглашение, благодарят за предыдущую встречу даже по прошествии долгого времени.

СТЕНЫ  
ПРЯ

# 18



## Голландия

## Традиции гостеприимства в некоторых странах Европы

В Голландии традиции очень отличаются от скандинавских.

Голландцы начинают застолье тортом. Причем, торт подается *без кофе или чая*.

Голландцы, в отличие от скандинавов, обожают *«шведский стол»*.

СТ ЕН СК  
ТРЯ

# 19



**Германия**

## Традиции гостеприимства в некоторых странах Европы

Традиции гостеприимства в Германии  
Германия открыта всему миру.

Большие города удивляют  
*интернациональностью* отелей и ресторанов

Сезон продолжается *круглый год*.

СТУДЕНЧЕСКАЯ  
ТРАДИЦИЯ

# 20



## Ирландия

# Традиции гостеприимства в некоторых странах Европы

*Ирландия* — вечно зеленый изумрудный остров, издавна привлекающий миллионы туристов из разных стран.

*Это безупречная экология, природа:* от каменисто-лунного ландшафта до зеленых лесов и холмов, озер и даже пальм на юге-западе острова.

Ирландец с готовностью *первым вступит в разговор* и обязательно пригласит в гости.

*Радушие и гостеприимство* Ирландии дали ей имя «страны тысячи приветов».



Греция

21

СТУДЕНЧЕСКОЕ  
ПРАЗДНОВАНИЕ

## Традиции гостеприимства в некоторых странах Европы

*Гости для грека — святое.*

Обычаев и обрядов, связанных с приемом гостей, здесь великое множество.

*В гости в Греции ходят много* и часто, причем в отличие от многих соседних стран здесь принято принимать гостей в своем собственном доме

*Греческое застолье* не обременено какими-то особенно сложными кодексами и традициями, главное здесь — уважение к хозяевам

Подача блюд, их очередность и набор — все это имеет для грека свой смысл и значение

Один человек за столиком кафе для местного персонала значит лишь то, что он просто ждет компанию

Если грек приглашает кого-то пообедать, то он же и оплачивает счет.

# 22

СТУДЕНЧЕСКИЕ  
ПРЕДЛОЖЕНИЯ



## Индустрия

# Индустрия гостеприимства стран Европы:

- ✓ Анализ мировых тенденций в индустрии гостеприимства позволяет сделать вывод, что эта сфера деятельности имеет высокий доход и стремительные темпы развития.
- ✓ Зарубежная методология индустрии гостеприимства включает в себя предприятия размещения, общественного питания, транспортного и культурно-развлекательного сектора.
- ✓ Каждая страна имеет какие-либо индивидуальные особенности, которыми привлекают туристов не только со всего мира, но и гостей из соседних стран.

# 23

СТУДЕНЧЕСКИЙ  
ПРЯД



## Особенности

## Особенности обслуживания в гостиничном бизнесе

- ✓ Получение прибыли является результатом высокого качества обслуживания.
- ✓ Главным критерием выбора гостиницы потенциальным клиентом является качество предоставляемого ему обслуживания, а также немаловажное значение имеет и психологическая составляющая обслуживающего персонала.
- ✓ Ожидания клиентов формируются на основе опыта, который они ранее имели, а также информации, которую получают по различным каналам маркетинговых коммуникаций.

# 24

СТУДЕНЧЕСКАЯ  
ГРУППА



## Качество

В соответствии с международным стандартом **ИСО 9000 качество** – это совокупность свойств и характеристик услуг способных удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности потребителей.

Качество побуждает клиента выбрать тот или иной продукт влияет на решение клиента воспользоваться услугами определенного отеля а не отеля-конкурента.

Между качеством и успешной реализацией гостиничных услуг существует прямо пропорциональная зависимость



# Функциональные стандарты

*Функциональные стандарты отелей касаются в первую очередь принципов взаимодействия сотрудников и гостей отеля.*

## Стандарты общения с гостем:

- приветливость всегда улыбающегося персонала
- приветствие клиента гостиницы в определенное, адекватное время суток
- ответ по телефону до 3-го звонка
- единообразии фирменной одежды
- опрятный внешний вид персонала
- выполнение услуги «утреннего звонка» с точностью до трех минут
- четкое сохранение местоположения личных вещей гостя при проведении текущей уборки номера
- быстрота обслуживания и многое другое



СТУДЕНЧЕСКАЯ  
ГРУППА

# 25

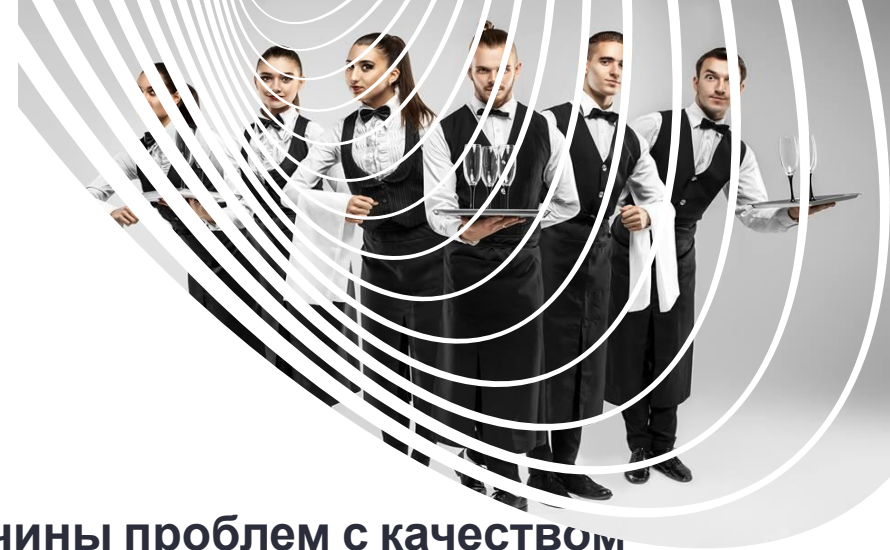
# Функциональные стандарты

## СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ,

предъявляемые персоналу гостиничного предприятия — это критерии необходимые для обеспечения результативности системы менеджмента качества

Под стандартами обслуживания подразумевается совокупность процедур и каждодневных операций, которые выполняются персоналом гостиницы и способствуют максимальному удовлетворению посетителей и клиентов.

СТУДИЯ  
ТРЯ  
**26**



Основные причины проблем с качеством обслуживания в российских отелях заключаются в следующем:

- А** незнание внутренних правил обслуживания
- Б** неудовлетворительные условия труда
- В** высокая текучесть кадров
- Г** психологические аспекты взаимодействия обслуживающего персонала с клиентами
- Д** недооценивается значение системы обучения в отеле

# Построение системы качества обслуживания

Построение системы качества обслуживания персоналом клиентов гостиничного предприятия – **ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА ГОСТИНИЦЫ.**

- Должны быть созданы стандарты или регламенты, которые будут характеризовать бизнес-процессы связанные с обслуживанием гостя
- Обучение сотрудников
- Постоянный контроль не только дисциплины, но и психологического климата в коллективе
- Обратная связь с клиентом гостиницы





## Понимание качественного сервиса обслуживания



**Понимание качественного сервиса** обслуживания в гостиничном предприятии варьируется в зависимости от категории гостиницы и от уровня развития сервиса в том или ином регионе.



Существующая система классификации российских гостиниц **не прописывает четких требований** к уровню сервиса и к персоналу, допуская тем самым разность трактовки.

# Гостеприимное поведение



Визуальн  
ые  
впечатлен  
ия

Регистрац  
ия

Знакомст  
во  
гостя  
с  
номером

Скорост  
ь  
решени  
я  
вопрос  
ов

*Умение принять гостя* оказать ему почет и уважение предоставить защиту и покровительство составляет неотъемлемую часть культуры народов мира.

# Индустрия гостеприимства – экономические характеристики



- 1.** Высокая трудоемкость для того чтобы работники отрасли предоставляли качественные услуги они должны быть соответствующим образом тренированы мотивированы и ими необходимо правильно руководить.
- 2.** Жесткая конкуренция усиление конкуренции явилось следствием избыточного предложения возникшего в результате строительства слишком большого числа отелей. Кроме того процесс глобализации увеличил число участников на многих локальных рынках что также усилило конкуренцию.
- 3.** Высокая чувствительность к изменениям спроса отели предоставляют услуги, то есть их продукт не подлежит хранению, а спрос на эти услуги меняется в течение года сезона и даже на протяжении одной недели. Отели обслуживают как бизнес-туристов, так и путешествующих, с целью отдыха и проведения досуга.
- 4.** Чрезвычайно высокая капиталоемкость средняя стоимость строительства отеля во многих странах составляет свыше 100 000 долларов США за номер, а в некоторых регионах, где стоимость недвижимости высока может в несколько раз превышать эту сумму. Доля фиксированных активов в гостиничном бизнесе составляет до 90. Целью управления гостиничным предприятием в таких сложных экономических условиях является адаптация обслуживающего персонала гостиницы к постоянно меняющейся среде.

# Почему важна цель?

Цели более низкого порядка позволяют справиться с потоком клиентов, расчетами звонками, заявками о бронировании, создать систему лояльности к клиенту, повысить сервис гостиницы

Оптимизация  
деятельности  
гостиничного предприятия



Получение прибыли. Все предприятия гостиничного типа должны приносить прибыль владельцу гостиничного бизнеса.

**31**  
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ  
ПОРЯДОК

# 32

СТРАТЕГИЧЕСКИ  
ПОРЯДОК



## Задачи и требования

# Обслуживающий персонал: задачи и требования

- Четкость и оперативность работы персонала при размещении клиентов
- Проведение расчетов с гостями
- Хранение основной паспортных и контактных данные и дополнительной традиционной просьбы информации о клиентах
- Анализ различных аспектов деятельности предприятия
- Расчет тарифов на услуги
- Постоянный контроль за функционированием гостиницы и другое



# Эффективное управление кадрами в гостинице:

**1. Планирование** осуществляется для определения необходимого количества персонала в том числе управленческого. В этих целях должна проводиться оценка потребностей в трудовых ресурсах гостиницы

**2. Оценка трудовой деятельности.** Разработка критериев и методов оценки трудовой деятельности персонала гостиницы

**3. Обучение.** Разработка конкретных программ для получения знаний и навыков в целях эффективного выполнения конкретного вида деятельности

**4. Набор персонала.** Эта процедура дает возможность создать резерв потенциальных кандидатов по ряду должностей планируемой сферы труда гостиничного предприятия

**5. Отбор.** Процесс предполагает оценку профессионально пригодности для различных должностей с учетом профессионально важных качеств и отбор лучших из кандидатов

## Персонал

это наиболее важное звено в цепи получения доходов и извлечения прибыли в индустрии гостиничного бизнеса.

СТУДЕНТЫ  
ПРЯМ  
**28**



## Эффективное управление кадрами в гостинице:

**6. Профориентация и адаптация.** Эти два направления предполагают понимание у набранных сотрудников что представляет собой их деятельность а также каковы их функциональные задачи и обязанности.

**7. Подбор персонала внешний и внутренний.** Внешний подбор основывается на наборе новых для данной гостиницы сотрудников а внутренний – на внутриорганизационных перемещениях. Этот этап строится на тщательном психологическом отборе работников.

**8. Повышение – понижение – перевод - увольнение.** Это этап разработки методов перемещения персонала на должности с большей или наоборот меньшей степенью ответственности а также приобретения профессионального опыта путем перемещения на другие должности.

**9. Подготовка руководящих кадров и управление продвижением по службе.** Используются программы для развития профессиональных способностей повышающих эффективность труда менеджеров.

**10. Прогнозирование численности** необходимого персонала для выполнения не только текущих но и перспективных задач.



Рекомендуемые

35

## Требования к персоналу

- высокий энергетический потенциал
- энтузиазм в работе
- исключительная особенность общения с людьми
- терпеливость в общении с клиентами и уверенность в себе
- аккуратная внешность хорошая дикция знание иностранного языка
- умение работать самостоятельно
- высокая работоспособность и выносливость
- рациональность стиля работы
- умение преодолевать кризисные ситуации и находить правильный выход из создавшегося положения.



**Обязательные**

**36**

# Требования к персоналу

## *1. Квалификация для всех категорий гостиниц.*

**1.1. *Весь обслуживающий персонал должен пройти профессиональную подготовку.*** Степень подготовки должна соответствовать предоставляемым ими услугам.

### **1.2. *Знание иностранного языка.***

- Для гостиниц категории 1 звезда достаточно знание работниками службы приема и размещения одного иностранного языка.
- Для гостиниц категории 2 звезды требования аналогичны предыдущим.
- Для гостиниц категории 3 звезды всему персоналу имеющему контакты с проживающими необходимо знание в достаточном объеме минимум двух языков международного общения или других языков наиболее употребляемых клиентами гостиницы в этом регионе.
- Для гостиниц категории 4 звезды требования аналогичны предыдущим но знание языков должно быть на более высоком уровне.



# Обязательные

37

## Требования к персоналу

- Для гостиниц категории 5 звезд всему персоналу имеющему контакты с проживающими необходимо свободное владение минимум тремя иностранными языками.

### **2. Поведение.**

Персонал всех категорий гостиниц должен уметь создавать на предприятии атмосферу гостеприимства должен быть готовым доброжелательно выполнить просьбу проживающего и проявлять терпение и сдержанность в отношении гостей гостиницы.

### **3. Медицинские требования.**

Персонал всех категорий гостиниц должен проходить периодическое медицинское освидетельствование для получения соответствующего сертификата.

### **4. Униформа.**

Персонал всех категорий гостиниц вступающий в контакт с проживающими должен носить форменную одежду в ряде случаев включающую личный значок с указанием имени и фамилии. Форма должна всегда быть чистой и в хорошем состоянии.



## Требования

### Персонал предприятий питания обслуживающих гостиничные комплексы - требования:

1. Повара официанты метрдотели принимаются на конкурсной основе по результатам квалификационных испытаний и тестирований.
2. Метрдотели официанты бармены должны знать не менее одного из европейских языков. В бригаду включают официантов владеющих различными языками.
3. Регулярно но не реже одного раза в пять лет проводится переаттестация производственного обслуживающего административно-управленческого и технического персонала для подтверждения или повышения квалификационного разряда.



## Требования

### Персонал предприятий питания обслуживающих гостиничные комплексы - требования:

4. Не реже чем через три года должна проводиться профессиональная переподготовка работников туристического предприятия на курсах повышения квалификации по специальной программе.
5. Все работники должны быть одеты в форменную специальную или санитарную одежду и обувь установленного для данного предприятия образца находящуюся в хорошем состоянии без видимых повреждений и загрязнений.
6. Все работники предприятий питания обслуживающих туристов на форменной одежде должны носить личный значок с системой предприятия, документом, форменной

# 40



## Требования

### **Персонал предприятий питания обслуживающих гостиничные комплексы - требования:**

7. **Форменная одежда метрдотеля должна отличаться официальной отделкой или включением в комплект фрака или смокинга.**
8. **Работники обслуживающего персонала должны быть внешне аккуратными бодрыми и иметь подтянутый вид.**
9. **Работники обслуживающие гостей должны быть вежливыми внимательными и предупредительными в отношениях с посетителями.**  
В случае возникновения конфликтной ситуации работник должен пригласить дежурного администратора метрдотеля или директора предприятия.



# 41

НЧЕС  
РЯДЬ



## Требования

### Персонал предприятий питания обслуживающих гостиничные комплексы - требования:

- 10.** Работники не должны заниматься посторонними делами на рабочем месте.
- 11.** Работники кухни технических служб и вспомогательного персонала уборщики не должны появляться в помещениях для посетителей в санитарной и специальной одежде если это не связано с выполнением ими прямых обязанностей проведение срочных ремонтных работ.

# Стандарты качества

## обслуживания

42

### СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА

**ОБСЛУЖИВАНИЯ** — это критерии, необходимые для обеспечения результативности системы менеджмента качества.

Под стандартами обслуживания подразумевается совокупность процедур и каждодневных операций, выполняемых персоналом и способствующих максимальному удовлетворению посетителей.

гостиница должна иметь свой собственный кодекс нормативов, касающихся:

- поведени  
я
- внешнего  
вида
- технологического  
процесса
- знания иностранного  
языка
- в рамках профессии  
знания концепции гостиницы и ее  
структуры

# Стандарты качества

## обслуживания

Стандарты многих известных гостиничных сетей определяют, что персонал должен быть:

Стандарты обслуживания могут варьироваться в зависимости от концепции гостиницы, - ее категории и целевой аудитории.

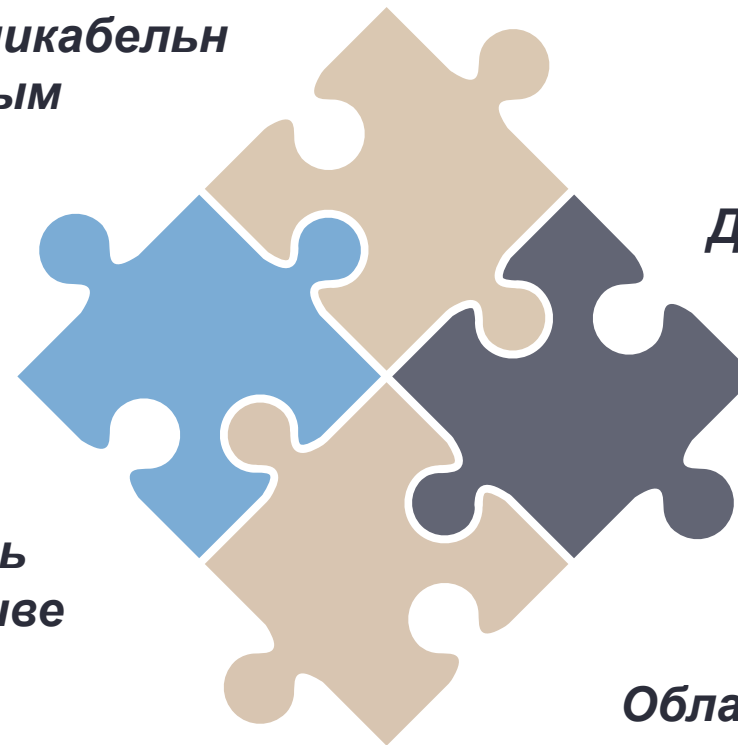
*Коммуникабельн  
ым*

*Уметь  
работать  
в коллективе*

*Доброжелательн  
ым*

*Обладать  
приятной  
внешностью*

43  
ЕНЧ  
ТРЕД



# Стандарты качества

## обслуживания



### Профессиональные стандарты - общие требования ко всему персоналу

- вежливость, дружелюбие, энтузиазм, взаимодействие с коллегами, отношения с гостями;
- гибкость, адаптируемость;
- принятие ответственности, инициативность;
- личная гигиена;
- дисциплинированность, пунктуальность;
- знание работы, качество работы, внимание к деталям;
- работа с нагрузкой, при стрессе;
- способность выполнять задания до конца;

# Стандарты качества обслуживания

Умению общаться с клиентами в гостиничном бизнесе уделяется особое внимание.

**Работники индустрии гостеприимства должны владеть** основами профессиональной этики, правилами международных этических норм, обеспечивать высокую организованность труда и дисциплины. Персонал должен уметь создавать на предприятии атмосферу гостеприимства

Эффективность функционирования любой гостиницы тесно связана с уровнем обслуживания в гостиничном предприятии.

**Повышение уровня обслуживания до международных стандартов** – это не затрата, а долгосрочный вклад, основанный на обеспечении верности клиентуры путем удовлетворения ее потребностей.

# Стандарты качества

## обслуживания

# 46

Способность к удержанию клиентов позволяет сократить затраты на маркетинг и соответственно, увеличивает рентабельность



Удовлетворенный клиент осуществляет бесплатную рекламу, распространяя благоприятствующую отелю устную информацию

*Поэтому для того, чтобы преуспевать в гостиничном бизнесе, успешно конкурировать с производителями гостиничных услуг, соответствовать ожиданиям потребителей этих услуг гостиничному предприятию необходимо следовать мировым стандартам обслуживания*



**Спасибо  
за внимание!**