

Современное состояние и перспективы развития гостиничного бизнеса

Немного истории...

В истории развития
индустрии
гостеприимства
традиционно выделяют
пять основных этапов:

- Древний период
- Период средневековья
 - XIX век
 - XX век
- Современный период



ТУРИЗМ В ЦИФРАХ

- В Российской Федерации доля туризма в ВВП в 2014 г. составила 6,5% с учетом мультипликативного эффекта и 2,5% от чистого туризма, хотя климатическое и природное разнообразие позволяет развивать практически все виды туризма на территории нашей страны.



Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма (ТТСИ)


Топ-10 стран в Индексе 2013 года

- Швейцария
- Германия
- Австрия
- Испания
- Великобритания
- США
- Франция
- Канада
- Швеция
- Сингапур

140 стран

Оценивается развитие
сферы туризма 1 раз в 2
года





□ 14 критериев оценки конкурентоспособности стран в сфере туризма:

1. Законодательство и государственное регулирование отрасли
2. Экология, охрана окружающей среды, бережное отношение к природным ресурсам
3. Безопасность
4. Здравоохранение
5. Приоритетность отрасли для страны
6. **Инфраструктура воздушного транспорта**
7. Инфраструктура наземного транспорта
8. **Инфраструктура туризма**
9. Инфраструктура IT-коммуникаций
10. Ценовая конкурентоспособность отрасли
11. Наличие квалифицированных кадров



Россия в Индексе 2013 года занимает 63 место, страна потеряла 4 позиции – 59 место в 2009 и 2011 гг.

Сильные и слабые стороны России

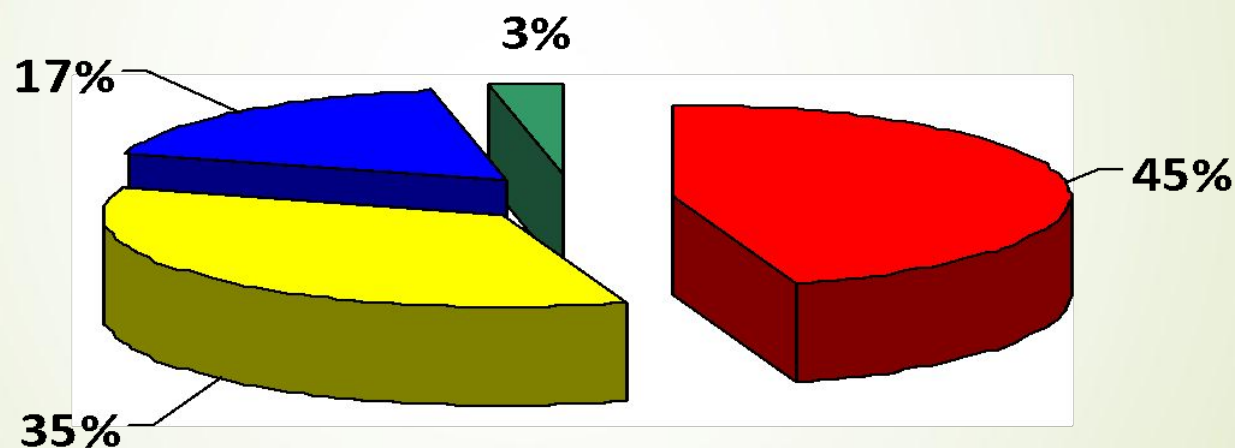


- 1. Культурные ресурсы, много объектов Всемирного наследия;**
- 2. Обеспечение туристов качественной медицинской помощью;**
- 3. Хорошо развита инфраструктура воздушного транспорта.**



- 1. Инфраструктура наземного транспорта;**
- 2. Безопасность пребывания в стране**
- 3. Низкий процент иностранцев-владельцев недвижимости, и, в целом, право собственности плохо законодательно защищено;**
- 4. Процесс получения визы в Россию гражданам многих стран крайне затруднен;**
- 5. До недавнего времени въездной туризм явно не был приоритетным для государства направлением, требующим развития и вложений;**
- 6. Богатые природные ресурсы страны, по мнению авторов Индекса, также недостаточно защищены.**

Структура развития мирового гостиничного фонда



- Европейский регион
- Американский регион
- Азиатско-Тихоокеанский регион
- Африканский регион

АВТОРИТЕТНОЕ МНЕНИЕ



Сергей Шпилько
Председатель Комитета по
туризму и гостиничному
хозяйству г.Москвы

- **Количество международных прибытий в российскую столицу в 2014 году через три главных международных аэропорта столицы выросло по сравнению с 2013 годом на 10% и составило 5,6 млн человек (по данным пресс-службы Комитета по туризму и гостиничному хозяйству столицы со ссылкой на данные Пограничной службы ФСБ России).**
- **Следовательно, это подразумевает строительство новых гостиниц, отелей и хостелов.**
- **Количество постояльцев хостелов увеличилось до 6 миллионов человек. В момент конца 2014 г. их число в Москве достигло 265. Открыто новых хостелов за 2014 г.**
- **В Москве – 30**
- **В Санкт-Петербурге -54**

Кто наши гости?



- Первое место по числу прибытий занял Китай. В прошлом году в Москву из Китая прибыло 376,5 тыс. человек, что на 40% больше по сравнению с 2013 годом.



- Германия, которая была лидером в 2013 году по числу туристов в Москве, в 2014 году опустилась на второе место. Российскую столицу посетили более 331 тыс. граждан Германии.



В пятерку лидеров также вошли:

- Франция - 152 тыс. человек (+4,5%)



- Турция - 146, 2 тыс. человек (+15,8%)



- США 144 тыс. человек (+5,3%).

ГОСТИНИЧНЫЙ РЫНОК РФ В ЦИФРАХ

В России по данным Росстата (<http://www.gks.ru/>) на 2014 год 9316 гостиниц и иных средств размещения с единовременной возможностью размещения 618 тыс. человек .

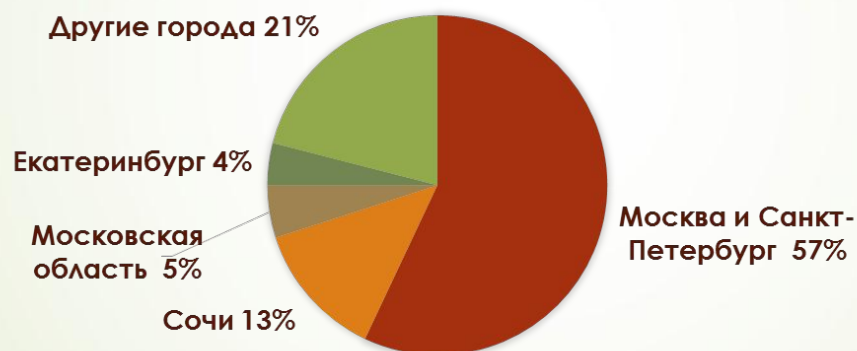
Больше всего гостиниц насчитывается в Краснодарском крае (1086), Москве (470), Санкт-Петербурге (336) и Свердловской области (329), а меньше всего – в Ингушетии (3), Чечне (7), Еврейской автономной области (8).

НАСЕЛЕНИЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ – 143 056 млн.
человек



...согласно ежегодному исследованию EY, по данным на октябрь 2014 год в России было 137 гостиниц под международными брендами, общим фондом 31 485 номеров

СТРУКТУРА РЫНКА ГОСТИНИЦ, РАБОТАЮЩИХ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМИ БРЕНДАМИ В РФ



В случае реализации всех заявленных операторами проектов в срок к 2020 году число средств размещения под известными марками составит 284 (61611 номеров) в 55 городах.

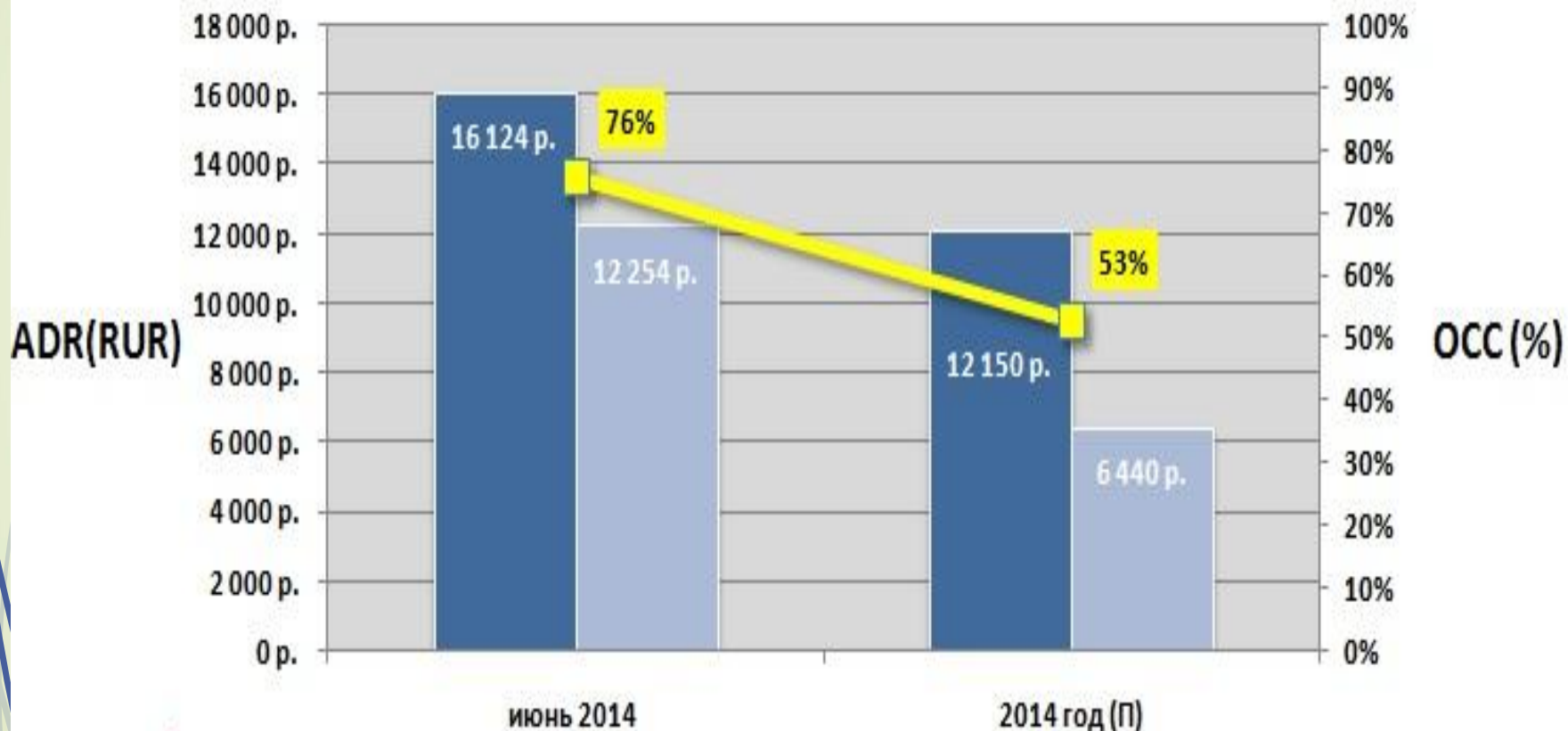
**Гостиницы г. Москвы , открытые в 2013 -2014 гг.
по данным <http://www.kommersant.ru/>.**

Название	Количество звезд	Год	Количество номеров
Никольская Кемпински	5*	2013	211
Four Seasons Москва	5*	2014	175
DoubleTree by Hilton Внуково	5*	2013	432
Hilton Garden Inn Новая Рига	4*	2013	164
Sheraton Шереметьево	4*	2013	342
Novotel Москва Сити	4*	2013	360
Mercure Павелецкая	4*	2014	149
Adagio Павелецкая	4*	2013	94
Ibis Москва Павелецкая	3*	2013	190

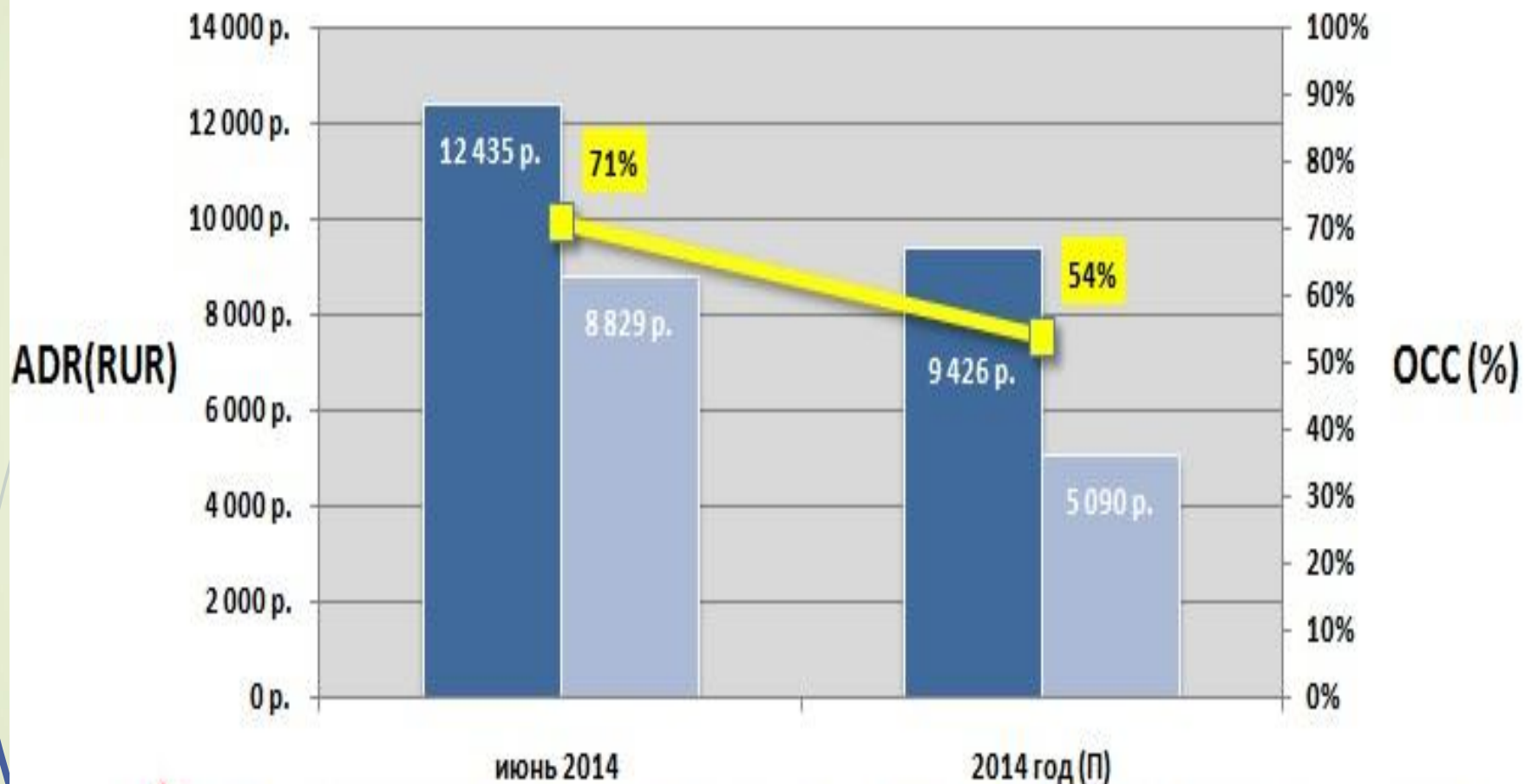
В 2015 году в центре Москвы откроют **восемь новых гостиниц уровня трех-четырех звезд. Таким образом, номерной фонд отелей в центре Москвы пополнится на **2323 места**.**

Гостиничный рынок Москвы. Анализ и статистика (июнь 2014) в свете последних политических событий

"Верхний" сегмент Москва (5 звезд)



"Средний" сегмент Москва (4 звезды)

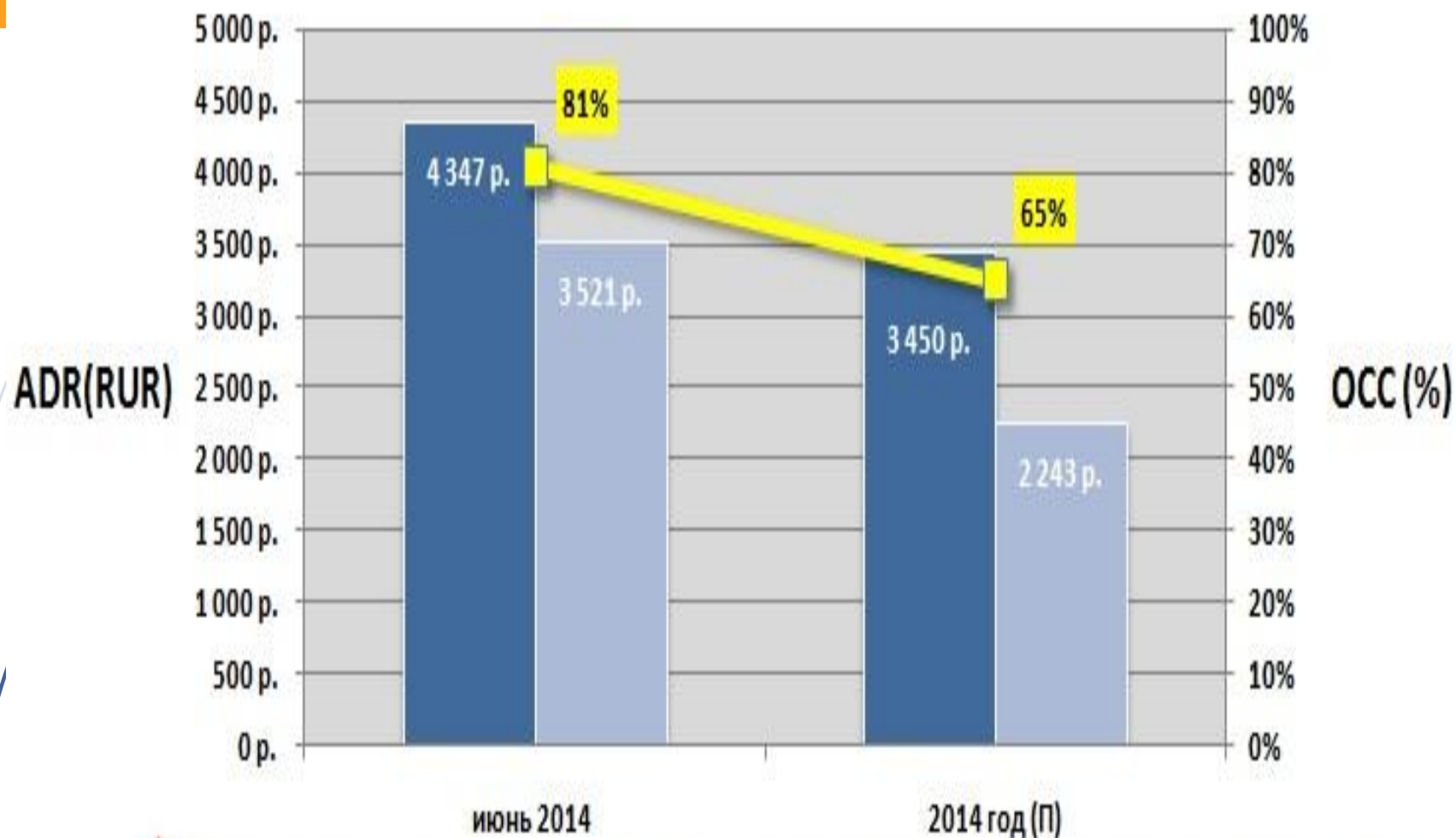


■ Средняя стоимость (ADR)

■ Прибыль с номера (RevPAR)

■ Средняя загрузка (Occupancy %)

"Нижний" сегмент Москва (3-,2 звезды)



■ Средняя стоимость (ADR) ■ Прибыль с номера (RevPAR) —□— Средняя загрузка (Occupancy %)

Результаты сравнительного анализа состояния гостиничного бизнеса в РФ и европейских странах

Анализ количества номеров на тысячу туристов

Город Российской Федерации	Количество номеров на 1 тыс. туристов
Санкт-Петербург	3,2
Екатеринбург	2,5
Казань	2,2
Ростов-на-Дону	1,9
Москва	1,8
Нижний Новгород	1,7
Новосибирск	1,6
Челябинск	1,6
Самара	1,4
Пермь	1,35
Воронеж	1,3
Уфа	1,3
Красноярск	1,2

Город европейских стран	Количество номеров на 1 тыс. туристов
Вена	25,7
Париж	17,0
Берлин	15,2
Милан	12,0
Лондон	12,3
Мадрид	11,0
Амстердам	7,6
Стокгольм	6,5
Осло	5,1
Копенгаген	5,0



Средний уровень
обеспеченности
городов РФ - **1,8**
номеров на 1000
жителей

Средний уровень
обеспеченности
городов Западной
Европы - **12,5**
номеров на 1000
жителей

Интересный факт...

- Стоимость проживания в гостинице Holiday Inn в России составляет 200 долл., в Европе эта цифра составляет 89 долл. Поскольку 70% клиентов российских гостиниц Holiday Inn иностранцы, возникает психологическая проблема: люди приезжают, платят за ту же услугу в два раза дороже, а получают сервис на более низком уровне.



Уровень заполняемости отелей в России в среднем держится на отметке 55% - 60%



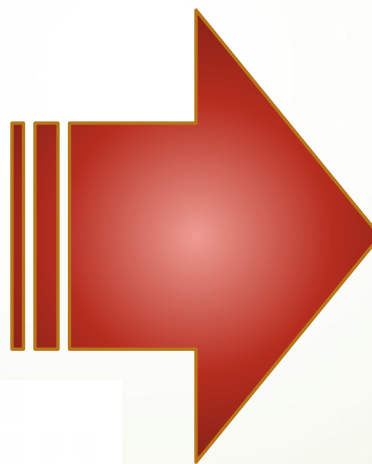
В Москве и Санкт-Петербурге загрузка на период 2012-2013 гг. достигала 65-80%.

По данным консалтинговой компании JLL, осуществляющей свою деятельность в сфере коммерческой недвижимости, в первом полугодии 2014 года загрузка качественных гостиниц Москвы сократилась к аналогичному периоду прошлого года на 4% и составила 59%.

Средний тариф снизился на 1% до 6 тыс. руб., в свою очередь показатель RevPAR упал на 5% до 3,56 тыс. руб.



- TripAdvisor - более 60 миллионов посетителей в месяц, 100 миллионов отзывов и мнений, сайты компании существуют в 30 странах мира



Исследование
проведено TripIndex Room
Service 2013

**Сопоставление цен на
наиболее востребованные
среди гостей товары и
услуги в сегменте 4-5***

Результаты исследования TripIndex Room Service 2013

48 стран

ЧТО ПРОАНАЛИЗИРОВАНО

В Европе наблюдается тенденция к увеличению цен – 5 наиболее дорогих стран

1. Осло
2. Хельсинки
3. Копенгаген
4. Цюрих
5. Стокгольм

- стоимость проживания;
- цена клубничного сэндвича, заказанного через службу обслуживания номеров ;
- химчистка одной рубашки;
- упаковки арахиса;
- маленькой бутылочки воды и банки колы из мини-бара

Результаты исследования сайта Price of Travel

- **Самым дешевым городом стал Будапешт : все, перечисленные выше услуги обойдутся в 878 рублей в день.**
- **Самым дорогим стал Цюрих (Швейцария) – 4393 рубля в сутки.**
- **Москва (Россия) заняла 15 место из 51, стоимость этих услуг в столице обойдется в 1608 рублей в день,**
- **Санкт-Петербург (Россия) расположился на 12 месте - 1457 рублей в день**



Для тех туристов, кто размещается в хостелах или мини-отелях

2 поездки по городу, осмотр одной наиболее популярной достопримечательности и обед с напитком.

- **Самым дешевым городом в этом рейтинге стал город София – 1732 рубля в сутки**
- **Самым дорогим стал снова Цюрих данные услуги обойдутся туристам в 8207 рублей в сутки.**
- **В Москве стоимость данных услуг обойдется в 4261 рубль в сутки**
- **В Санкт-Петербурге в 2405 рублей в сутки**



Для тех туристов, кто размещается в отелях категории 3*


2 поездки по городу, осмотр одной наиболее популярной достопримечательности и обед с напитком.

**Количество хостелов и мини-отелей в
столицах стран Западной Европы и России
на 2014 год**

Город	Количество хостелов и мини- отелей
Париж	1250
Лондон	950
Берлин	850
Санкт-Петербург	600
Москва	265

Основные направления деятельности государственных и частных структур по развитию гостиничной отрасли в России

1. Развитие инфраструктуры в целом и туристской инфраструктуры в частности: увеличение количества средств размещения туристского класса с необходимым уровнем комфорта и т.д.
2. Привлечение иностранных инвестиций в туристскую инфраструктуру за счет предоставления готовых инвестиционных площадок, выгодных условий аренды и покупки земли, зданий и строительства гостиничных объектов недвижимости.
3. Формирование адекватной ценовой политики на проживание в средствах размещения, на питание, транспорт и иные услуги.
4. Реализация приоритетных направлений развития гостиничного хозяйства в Российской Федерации, что подразумевает исполнение мероприятий Стратегии развития туризма в РФ на период до 2018 года (в том числе путем взаимодействия с федеральными органами исполнительной власти РФ и органами исполнительной власти в сфере гостиничного хозяйства субъектов Российской Федерации).



5. Разработка проектов федеральных, отраслевых целевых программ развития гостиничного хозяйства и их реализация. Здесь же – работа в рамках реализации мероприятий федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)».

6. Мероприятия в области подготовки кадров и развития научных исследований в сфере гостиничного бизнеса.

7. Мероприятия в области информационного обеспечения и статистики гостиничного бизнеса. Это наполнение электронной базы данных развития туррынка актуализированной статистической информацией, сбор и анализ статистических данных, участие в туристских выставках, участие в работе по наполнению мультимедийного информационного портала информационно-справочным контентом о туристических возможностях регионов России.

**Теоретические и практические аспекты
взаимодействия представителей
гостиничного бизнеса и системы
подготовки кадров как фактор
повышения конкурентоспособности
выпускников**



В.В.Путин об образовании

«От того, чему и как мы
учим сегодня, в
значительной степени
зависит, как будем
жить и работать
завтра»



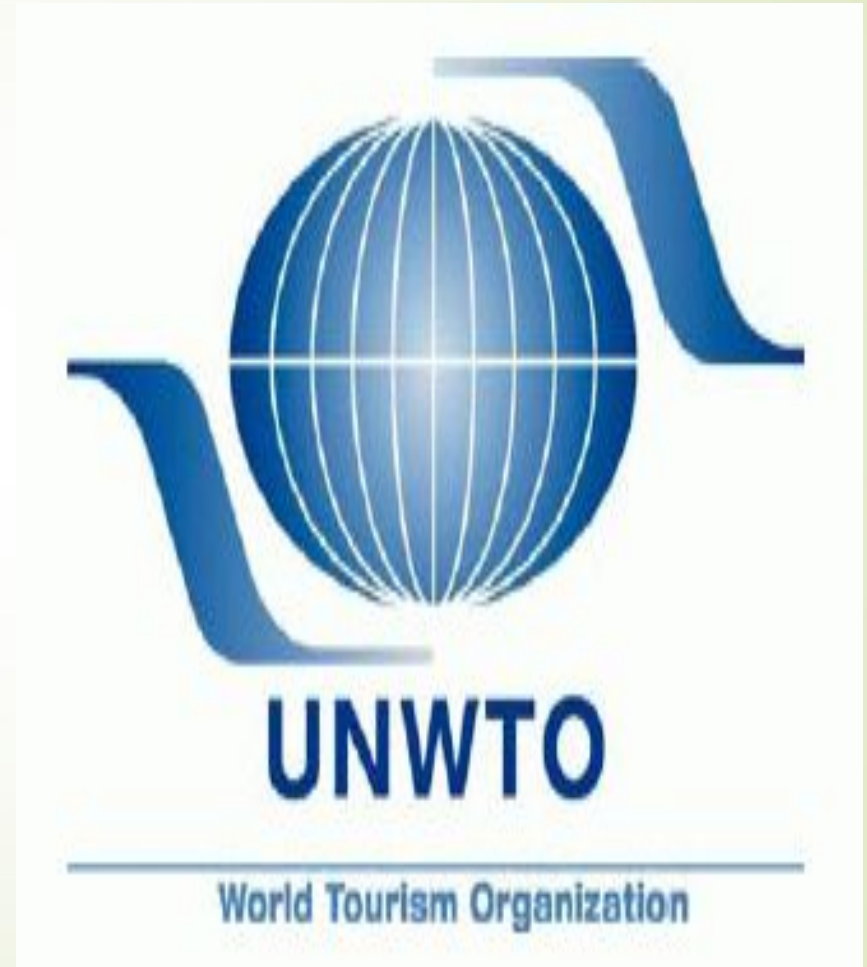
Основные образовательные программы ВПО

Учитывают образовательные потребности и запросы обучающихся:



Международный опыт

- Всемирная Туристская Организация (ВТО) разработала методологию "Качество Туристского Образования (КТО) (Tourism Education Quality - TEDEQAL) для того, «чтобы добиться некоторой свободной формы стандартизации при оценке результатов в подготовке специалистов сферы туризма во всем мире».



Профессиональные качества сотрудника сферы сервиса

- высокая степень технологической квалификации сотрудников;
- высокий уровень эмпатии сотрудников;
- способность и готовность менеджера организовать эффективную коллективную работу;
- высокая степень осознания ответственности за свои поступки, действия и их последствия.



К вопросу о потребностях рынка труда в туризме

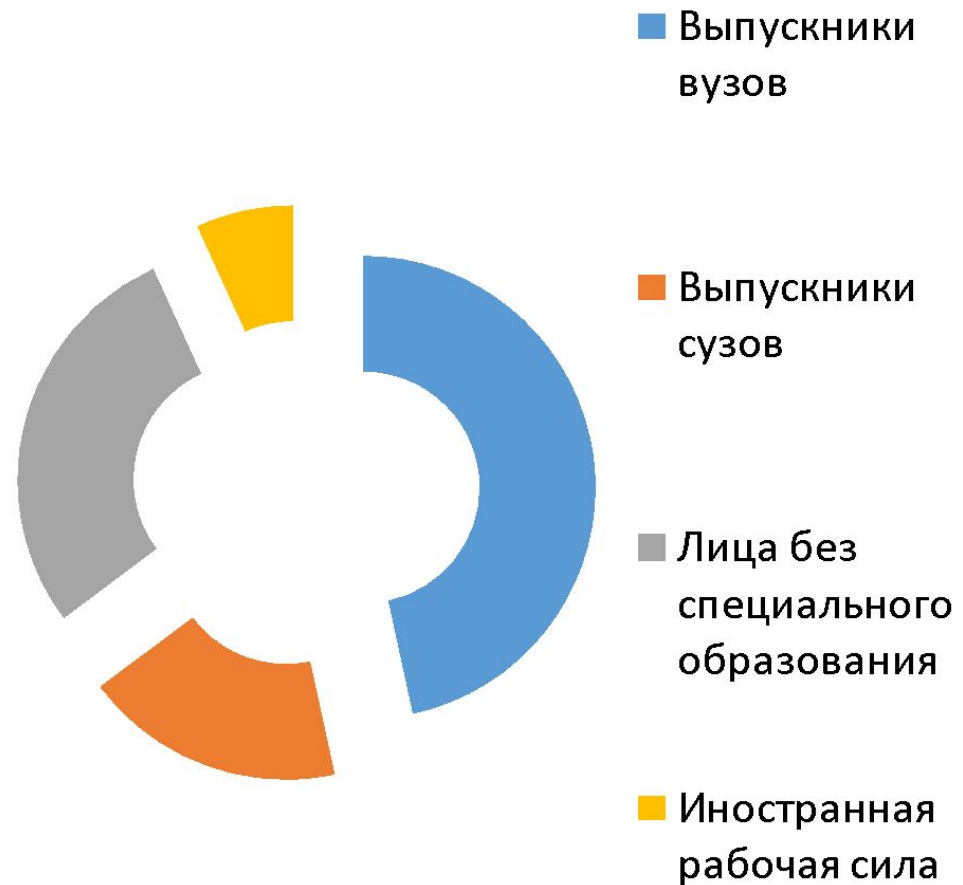
«...разрыв между потребностями отрасли [туризма] и предложением со стороны образовательных учреждений остается весьма существенным. Главной проблемой является чрезмерная академичность профильного высшего образования при явном недостатке практических навыков»* (По материалам Ростуризма)



Источники пополнения индустрии гостеприимства кадрами (по данным источника www.ratanews)

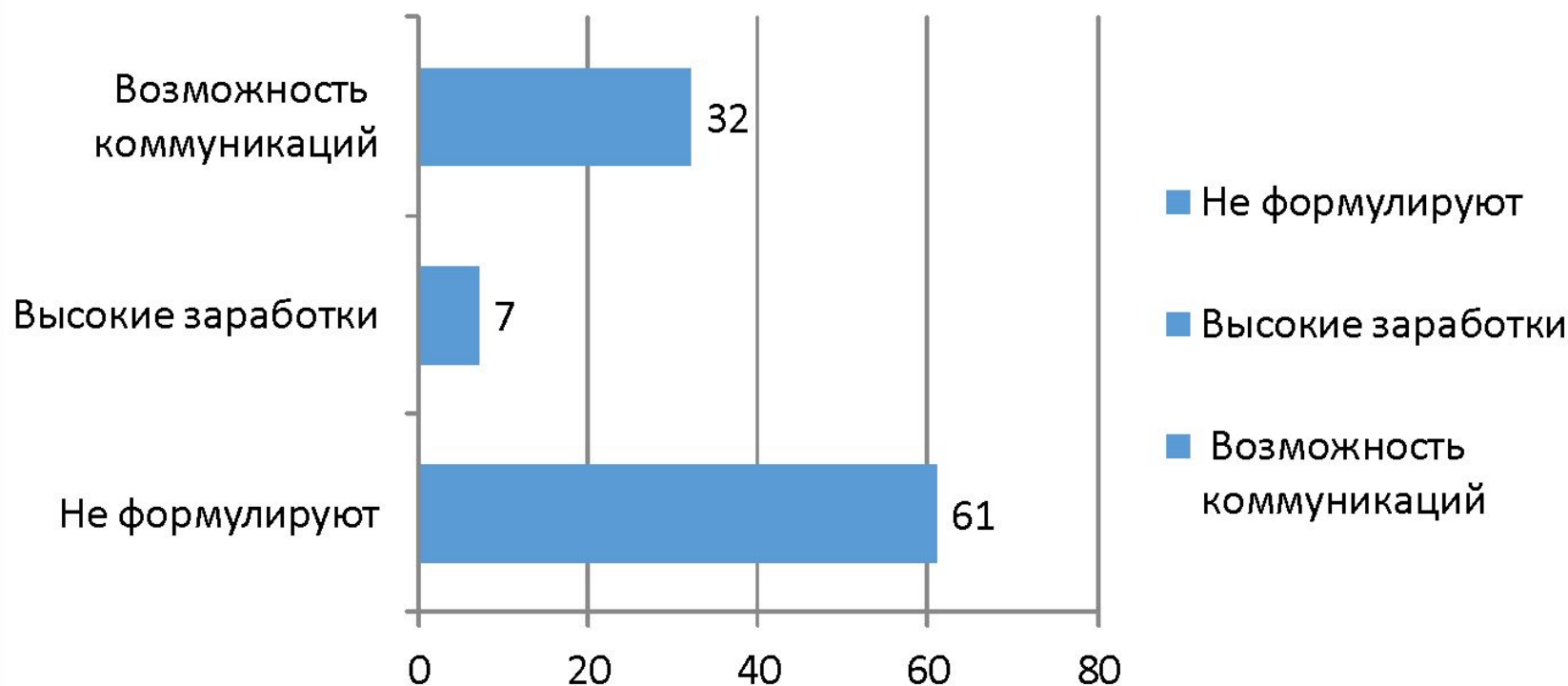


Категории



Причины выбора профессии в гостиничном бизнесе (по данным анкетирования абитуриентов и студентов ФГБОУ ВПО РГУТиС)

Основные мотиваторы выбора профессии



Цифры и факты

По данным Минобрнауки РФ, на момент начала 2014 года в России насчитывается 2704 вуза.

Из них в Москве и Московской области находится 435 образовательных учреждений высшего профессионального образования

- До 1998 года рост происходил за счет негосударственных образовательных учреждений, в последующий период увеличивалось и количество государственных вузов



Цифры и факты



**Середина 90-х годов- появление в
вузах РФ туристских
специальностей**

**В настоящее время более 100 вузов
Москвы и Московской области
осуществляют подготовку
специалистов для туристско-
гостиничной отрасли**

300 вузов Российской Федерации

Цифры и факты



7% - доля доходов от туристско-гостиничного комплекса в доходной части бюджета г. Москвы

43% персонала занято в категории гостиниц 1-2 * -кадровый состав практически не обновляется

Приток молодых специалистов происходит преимущественно в сегменте 4-5* , составляющий не более 18% рынка

Цифры и факты

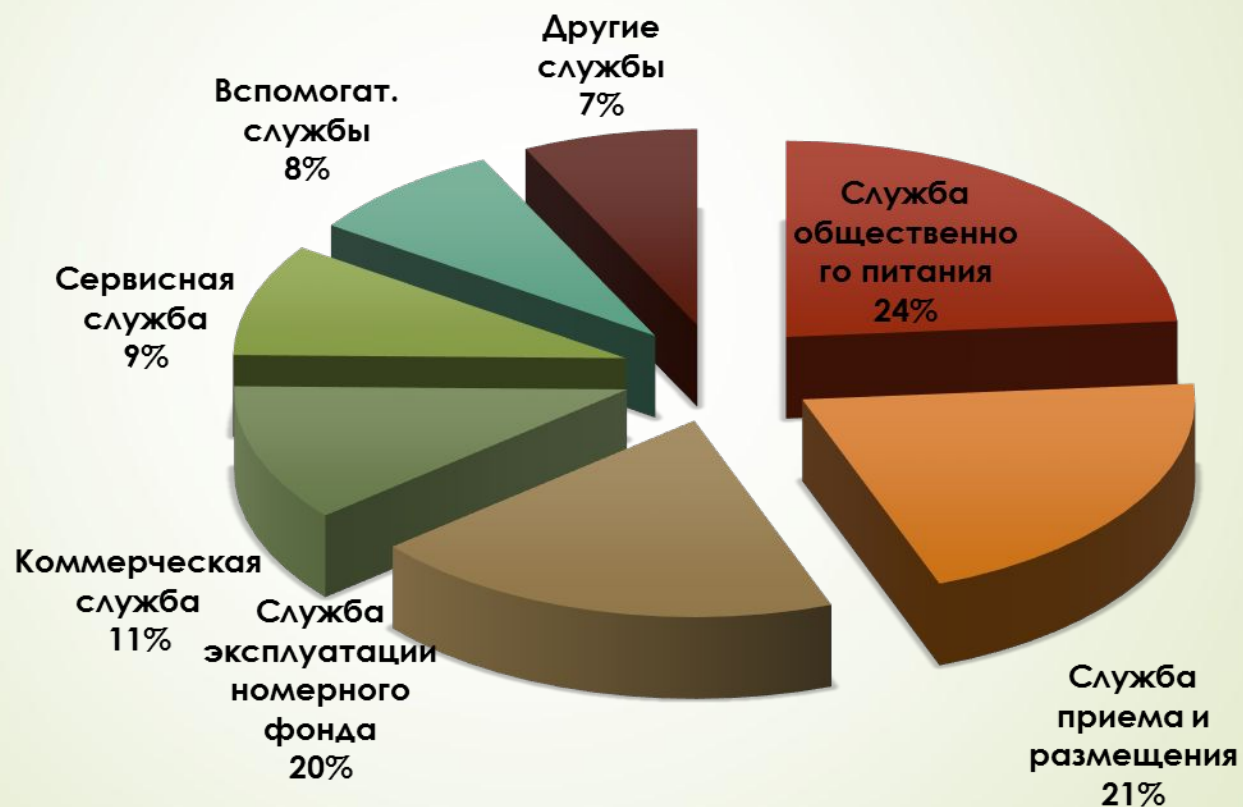


Рис. 2. Доля запросов работодателей гостиничных предприятий на специалистов различных служб гостиницы в 2014 г

Цифры и факты

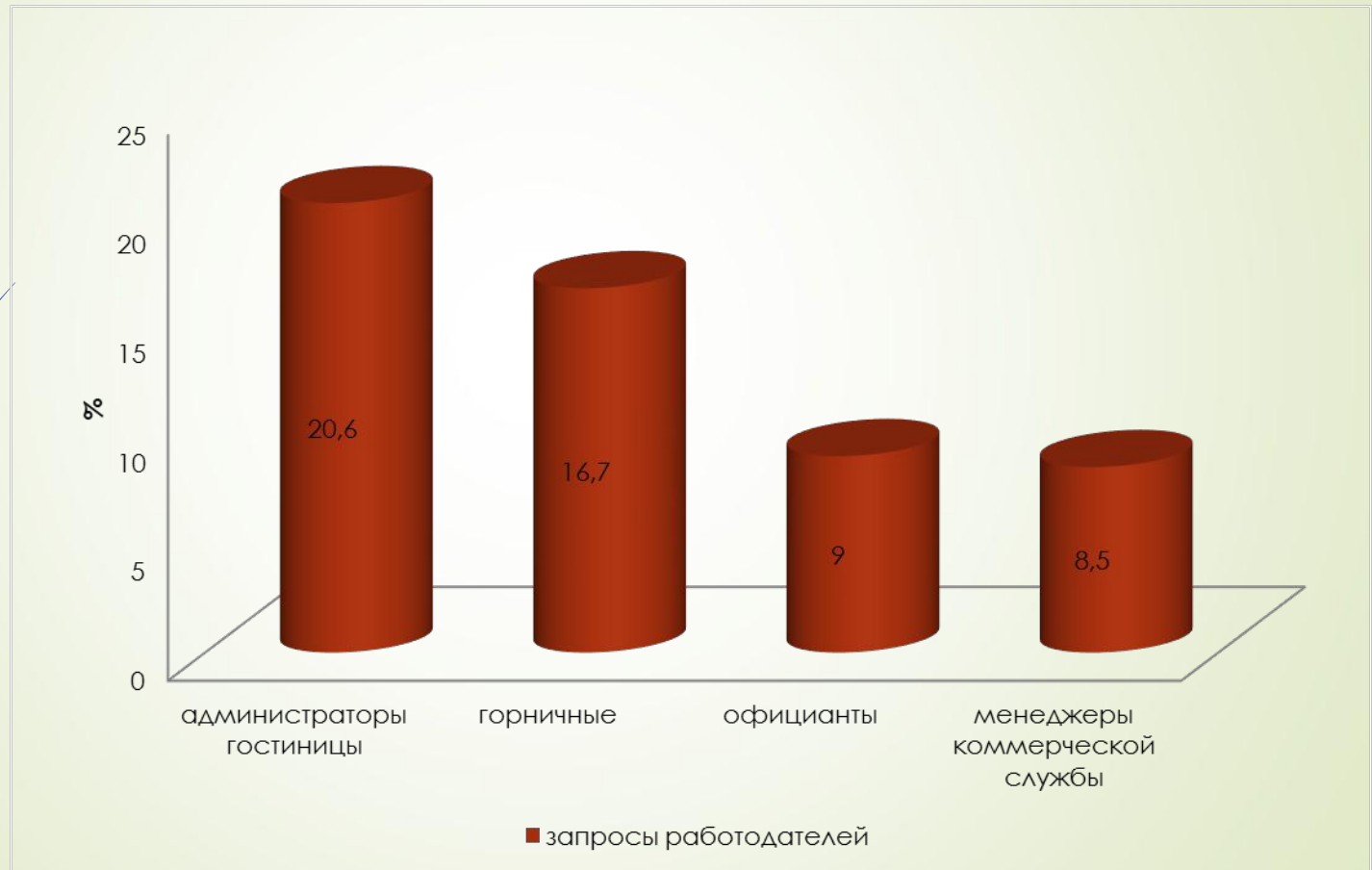


Рис.3. Характер кадровых потребностей в гостиничной сфере (начало 2014 г.)

Мнение работодателя

Работодатели в сфере гостиничного бизнеса отмечают:

- Излишне завышенные ожидания выпускников**
- Низкий уровень экономической и лингвистической подготовки**



Мнение профильных вузов

Представители гостиничной отрасли не всегда заинтересованы:

- **участвовать в учебном процессе;**
- **принимать участие в разработке образовательных стандартов;**





Национальные и европейские системы классификации и гостиниц



Классификация гостиниц это...

Классификация гостиниц
- это определение соответствия конкретной гостиницы и номеров критериям или стандартам обслуживания.



- Принятая в каждой стране классификация содержит категорию разрядности, которая является качественным параметром стандарта.
- Разрядность гостиницы влияет на ее престиж, формирование клиентуры, стоимость гостиничных услуг и др.

Цели системы классификации

- обеспечение стабильности качества обслуживания в средствах размещения;
- гармонизация критериев классификации средств размещения с Рекомендациями Всемирной туристской организации (ВТО) и с учетом существующей зарубежной практики;
- дифференциация средств размещения в зависимости от ассортимента и качества предоставляемых услуг;
- оказание помощи потребителю в компетентном выборе услуг средства размещения;
- обеспечение потребителя достоверной информацией о том, что категория средства размещения подтверждена результатами классификации и соответствует той, которая установлена в нормативных документах ;
- повышение конкурентоспособности гостиниц и других средств размещения;
- содействие развитию туризма за счет укрепления доверия потребителей к результатам классификации средств размещения и соответственно увеличению доходной части бюджета государства.

Единая классификация гостиниц...ВОЗМОЖНО ЛИ ЭТО?

- **Введению единой классификации гостиниц в мире препятствуют установившиеся национальные традиции, культурно-исторические различия государств, критерии качества и др.**
- **Попытки UN WTO, Комитета гостиничной и ресторанной индустрии Европейского Союза, Международной гостиничной ассоциации внедрить единую классификацию гостиниц не привели к успеху.**




Наиболее распространенные системы классификации

- **система звезда** — европейская система классификации, 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, Бразилии (с некоторым завышением звездности: в Турции, Египте и в ряде других стран).



Конрад Хилтон
1887 — 1979



- 
- **система букв** — система, используемая в Греции, согласно которой все гостиницы делятся на четыре категории, обозначаемые буквами А, В, С, D. Высшая категория качества гостиниц обозначается de luxe. Примерное соответствие категории качества пятизвездочной системе такое:
 - - de luxe соответствует пятизвездочному уровню,
 - - гостиница категории А — четырехзвездочному уровню,
 - - категории В — трехзвездочному,
 - - категории С — двухзвездочному,
 - - категории D — уровню гостиницы категории «одна звезда».

Американская система классификации

- **Tourist Class (T)** – экономичные гостиницы 1* - 2**
- **Moderate First Class (M)** — аналог европейской «трёшки»
- **First Class (F)** — отели для среднего класса, от 3*** до 4****
- **Superior First Class (S)** — гостиницы с элементами красивой жизни ~ 4****
- **Superior Deluxe и Deluxe и (D)** — роскошные отели на полных 5*****

Система классификации в Великобритании



- **Классификация отелей Великобритании предусматривает сразу несколько различных градаций, где классические звезды являются далеко не единственным способом оценки той или иной британской гостиницы**
- **Также существуют система корон**

Система корон

- В отелях Великобритании, а точнее в отелях Англии, сохранилась и старая система оценки, где гостиницам присваиваются не звезды, а короны
- Чтобы перейти к привычным звездам, нужно от общего числа корон отнять одну, т.е. в сравнении с общеевропейской звездой корона на одну единицу выше
- Качество отелей, которым присвоены короны, подтверждает Английский Туристический Совет (English Tourist Board)

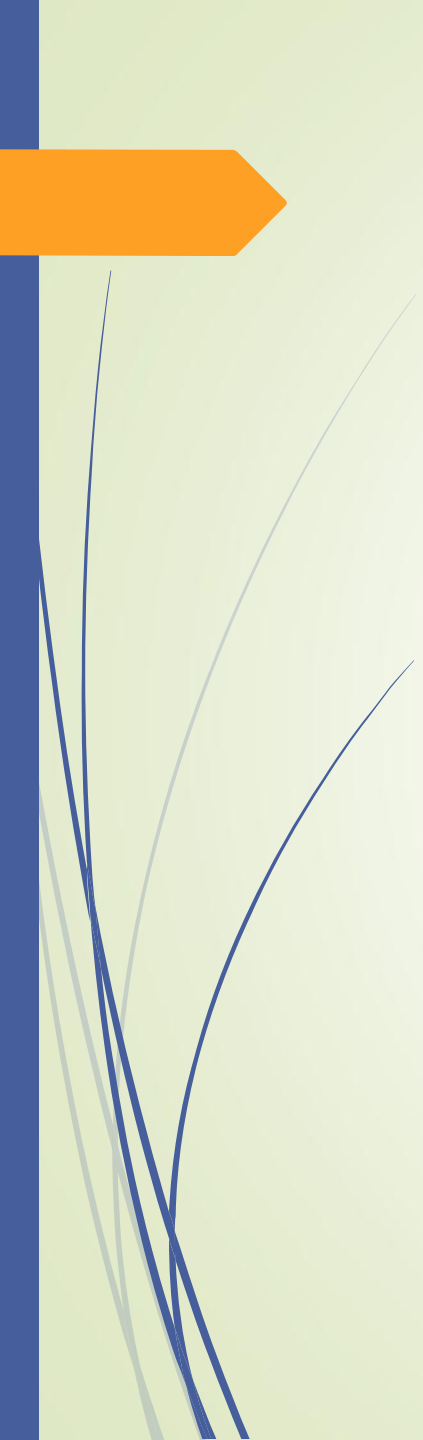


Критерии корон

- Самый низший - это статус “listed” который предусматривает минимум удобств, однако при этом служит своего рода гарантией того, что в отеле поддерживаются стандарты чистоты.
- После “listed” отели Великобритании ранжируются по привычному уже принципу, от одной до пяти корон.



Гостиницы в Англии, которые существовали еще при Елизавете I в 16 веке, в привычном для нас виде стали активно развиваться с конца 19 века.

- 
- **Отличительными особенностями рейтинга “корон” является ensuite номера, гостиничные номера, где имеется прямой доступ из спальни в ванную комнату. Такие номера обязаны присутствовать как минимум в трети номеров отелей Великобритании класса “3 короны” и во всех номерах отелей класса “5 корон”.**
 - **Рейтинг “корон” используется как для больших отелей Лондона, Манчестера, Ливерпуля и других британских городов, так и для небольших отелей Bed & Breakfast.**

Три типа разных звезд

Черные звезды

- Для отелей Великобритании существует целых три типа звезд: черные, красные и золотые.
- Черные “звезды” - этот символ отражения класса отеля соответствует общепринятым мировым стандартам.
- От одной звезды до пяти - вроде бы все, как и везде, за тем лишь исключением, что в отелях Британии отель 3* - это не всегда три звезды, а немного меньше, то есть номера потеснее и сервис поскромнее.



Красные и золотые звезды



- Их получить не так то просто. Красные и золотые звезды присваивают отелям Великобритании - Автомобильная Ассоциация AA, которая также ответственна за награждение отелей в США, и Королевский Автомобильный клуб.
- Красные звезды по версии Автомобильной Ассоциации присваиваются особо рекомендуемым отелям Великобритании.
- Золотые звезды AA - это знак особого класса, который выдается по результатам инспекции представителей автоклуба.

ЗВЕЗДЫ от Автомобильной Ассоциации (АА)



Учтивые сотрудники обеспечивают компетентное без лишнего официоза обслуживание. Большинство номеров являются смежными с совмещенным санузелом (ensuite), а в качестве еды вам, как правило, предложат ежедневный завтрак, а часто даже ужин.



- Все комнаты являются ensuite с более удобными и лучше оборудованными спальнями (по сравнению с 1 звездой). Отель имеет ресторан или столовую, в которой ежедневно подают завтрак и ужин.



- Сотрудники аккуратно одеты в форму и профессионально подготовлены. Все комнаты являются ensuite, которые, однако, просторнее и лучше, чем в 1 и 2 звездах. Ресторан открыта как для гостей, так и для просто посетителей.



- Профессиональные сотрудники, одетые в форму отвечают на все ваши вопросы и выполняют практически все ваши желания. Обычно в таких отелях имеются хорошо оформленные общественные помещения. Ресторан открыт как для гостей, так и для просто посетителей. Ужин и обед всегда доступен в пределах блюд по меню. Имеется профессиональная прачечная и химчистка. Внимание к деталям будет очевидно повсюду.



- Роскошное размещение и общественные помещения, с широким диапазоном дополнительных услуг и многоязычного сервиса. Гости приветствуют во входе в гостиницу. Высококачественное меню и винная карта.

Классификация по КОРОНАМ Английского Совета по туризму

□ **1 КОРОНА**
Размещение с дополнительными удобствами, такими как раковины, гостиная и телефон.



2 КОРОНЫ
Гостиницы с более широким диапазоном услуг, включая утренний чай и побудку, TV, гостиную и помощь с багажом.



3 КОРОНЫ
Гостиницы, по крайней мере, с третью спален типа en suite (номера, где имеется прямой доступ из спальни в ванную комнату) с ванной, туалетом и душем, мягким креслом, зеркалом в полный рост, чисткой обуви и феном. Доступны горячие ужины.



4 КОРОНЫ
В таких отелях, по крайней мере, три четверти спален – en suite, в номерах есть телефон, радио. Также имеются все услуги гостиниц с 3 коронами плюс круглосуточный доступ в отель и обслуживание холла до полуночи.




5 КОРОН
Все спальни - en suite, (как выше), а также все вышеперечисленные услуги плюс обслуживание номеров, прачечная, ресторан с доступными завтраком, обедом и ужином.



The logo for HOTREC, featuring the word "HOTREC" in a blue, sans-serif font. The letter "O" is stylized with a dotted pattern. The logo is set against a light blue background with a thin horizontal line below it.

HOTREC

An orange arrow pointing to the right, located in the top left corner of the slide.

Новая схема была создана под патронажем *HOTREC* — отели, рестораны и кафе Европы (ЕС гостиничные и ресторанные ассоциации).

Декабрь 2009 года, г. Прага - Ассоциация отелей Австрии, Чешской Республики, Венгрии, Германии, Нидерландов,

Швейцарии и Швеции создали ***Hotelstars Union***

Результат партнерства -



согласованная классификация отелей с общими критериями и процедурой оценки в странах-участницах. *Hotelstars Union* повышает репутацию и качество гостиничной индустрии в странах-участницах путем обеспечения прозрачности и безопасности для гостей

Hotelstars Union





Члены *Hotelstars Union* сделали сложный шаг на пути к европейской классификации гостиниц, которая началась с семинара HOTREC по классификации отелей в г. Берген (Норвегия) в 2004 году и продолжилась с принятием

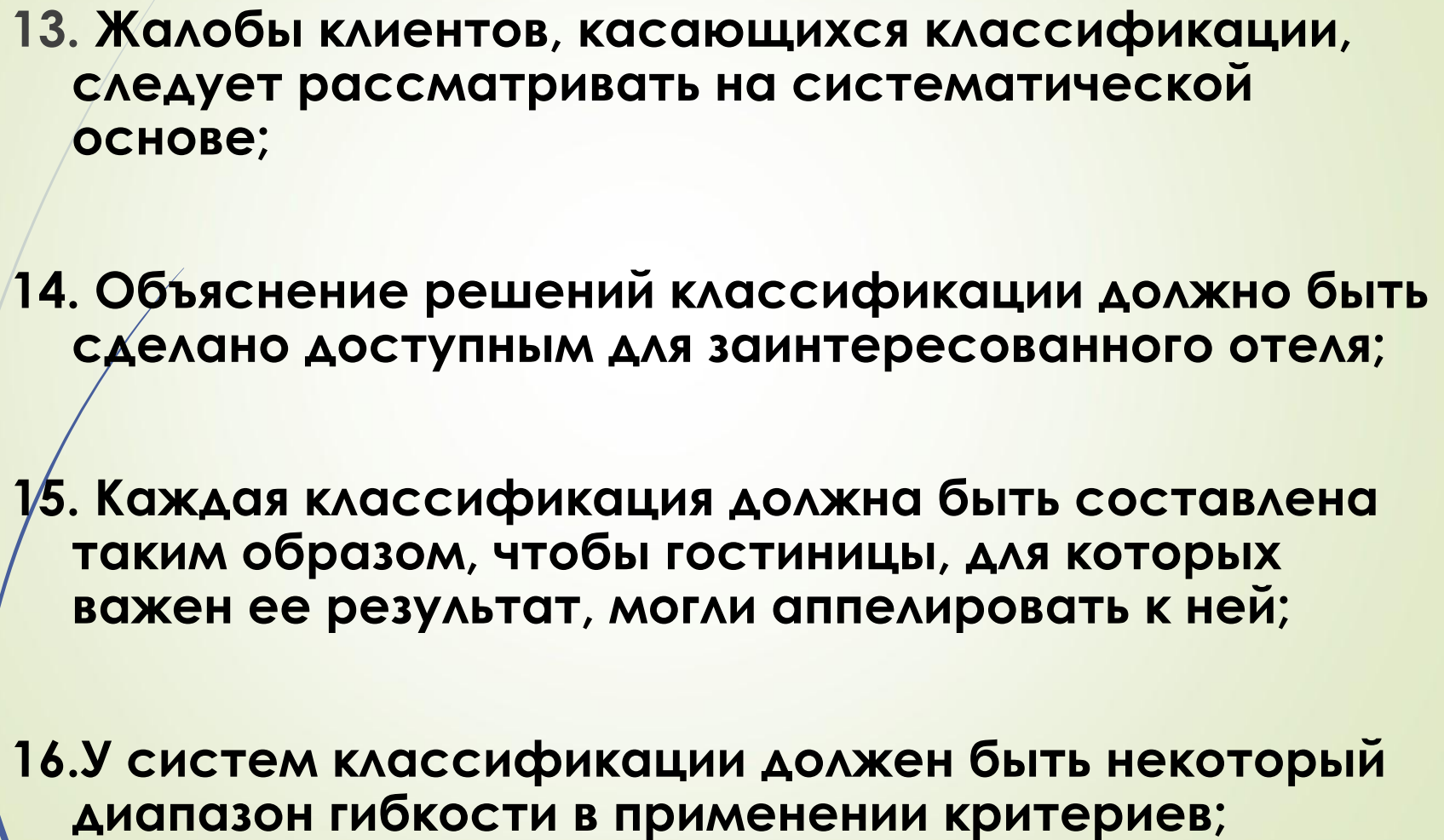
"21 принципа HOTREC" для создания и / или обзора национальных / региональных систем классификации отелей в Европе.


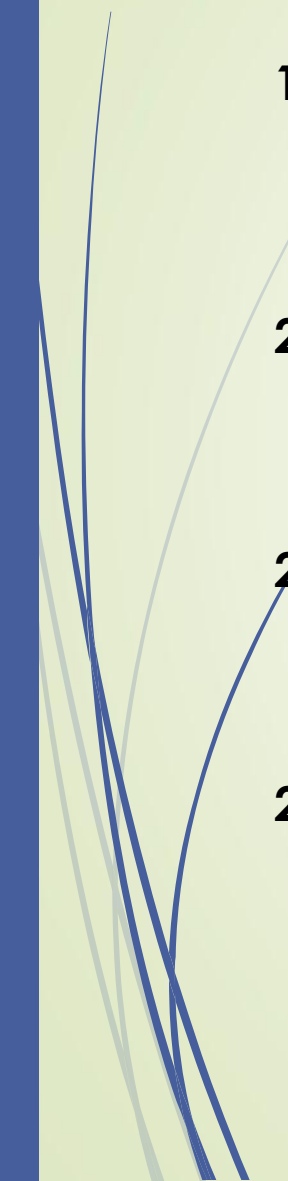
21 принцип HOTREC

1. Системы классификации должны гарантировать, что точная информация предоставлена гостям;
2. Системы классификации должны афишировать свои критерии (резюме и полный список) онлайн гостям через www.hotelstars.org, хотя бы на английском языке и, по возможности, на их национальном языке;
3. Информация о звездной категории каждого отдельного отеля, так же как и система классификации, на которой базируется эта оценка, должна быть прозрачной для потребителя;

- 
- 4. Соблюдение требований законодательства является необходимым условием для классификации;**
 - 5. Системы классификации должны гарантировать чистоту и надлежащее обслуживание во всех звездных категориях;**
 - 6. Системы классификации должны поощрять использование качественных инструментов управления;**
 - 7. Туроператорам и турагентам, а также системам бронирования гостиниц и обзорным сайтам предлагается использовать официальную классификацию. Если они используют свои собственные системы оценки, они должны указать это;**

- 
- 8. Системы классификации должны гарантировать, что точные и современные данные по оценке учреждений предоставлены туроператорам, турагентам, бронированию гостиницы и обзорным сайтам;**
 - 9. Количество звезд должны быть 1-5**
 - 10. Звезды должны быть подтверждены только после контроля;**
 - 11. Этот контроль должен проводиться на регулярной основе;**

- 
- 13. Жалобы клиентов, касающихся классификации, следует рассматривать на систематической основе;**
 - 14. Объяснение решений классификации должно быть сделано доступным для заинтересованного отеля;**
 - 15. Каждая классификация должна быть составлена таким образом, чтобы гостиницы, для которых важен ее результат, могли апеллировать к ней;**
 - 16. У систем классификации должен быть некоторый диапазон гибкости в применении критериев;**

- 
- 
- 17. Критерии классификации должны регулярно корректироваться с требованиями рынка. Систематический процесс инвентаризации критериев должен проводиться на регулярной основе;**
 - 18. Каждый раз, когда исследование потребительских ожиданий в отношении классификации осуществляется в одной стране, желательно, чтобы результаты были доступны для всех членов ассоциаций HOTREC;**
 - 21. При составлении/приведении в действие классификации, необходимо делать акцент на оборудование и уровень сервиса, с тем чтобы привести в соответствие Европейскую и Международную системы ;**
 - 20. Когда системы классификации и критерии установлены, сотрудничество с другими странами поощряется, чтобы облегчить европейские и международные усилия по гармонизации систем классификации;**
 - 21. Системы классификации должны всегда вовлекать индустрию гостеприимства. В странах, где система классификации отрегулирована и/или управляется органами государственной власти, важно, чтобы органы государственной власти работали в близком сотрудничестве с частным сектором.**

Общепринятая классификация основана на 270 критериях, полученных в результате опроса посетителей отелей. Среди критериев есть, например, ширина кровати, наличие компьютера с доступом в Интернет в номере, сейф в номере или услуги глажки белья.



Гостиница категории

1*

- 100% номеров с душем и туалетом / ванной и туалетом
- Ежедневная уборка номера
- 100% номеров оборудованы цветным телевизором с дистанционным управлением
- Стол и стул
- Мыло или гель для душа
- Служба приема
- Наличие факса на рецепции
- Доступный телефон для гостей
- Расширенный завтрак
- Напитки для гостей
- Возможность депозита

Гостиница категории 2*

- **Завтрак "шведский стол"**
- **Ночник рядом с кроватью**
- **Пена для ванны или гель для душа**
- **Полотенца**
- **Полки для белья**
- **Предложение гостям продуктов гигиены (например: зубная щетка, зубная паста, бритвенные принадлежности)**
- **Кредитные карты**

Гостиница категории 3*

- Служба приема открыта 14 часов, доступна по телефону 24 часа, переводчики (немецкий / английский)
- Три кресла на ресепшн, подносчики багажа
- Напитки предлагаются в комнате
- Телефон в номере
- Доступ в Интернет в номере или в общественных местах
- Отопление в ванной комнате (сушка), фен, химчистка
- Туалетное зеркало, место для размещения багажа / чемодана
- Набор для шитья, чистка обуви, услуги прачечной и гладильной
- Дополнительная подушка и дополнительное одеяло по требованию
- Систематическая работа с жалобы гостей

Гостиница категории 4*

- Служба приема открыта 18 часов, доступна по телефону 24 часа
- Лобби-бар
- Завтрак "шведский стол", Room-service
- Мини-бар или круглосуточное обслуживание напитками гостей в номерах
- Мягкий стул / диван с тумбочкой
- Банный халат и тапочки по требованию
- Косметическая продукция (например: шапочка для душа, пилочка для ногтей, ватные палочки), зеркало
- доступ в Интернет и Интернет-терминал
- Ресторан "А ля карт"

Гостиница категории 5*

- Служба приема открыта 24 часа, многоязычный персонал
- Служба швейцаров или парковка автомобилей гостей персоналом гостиницы
- Консьерж
- Просторный зал для приемов
- Личное приветствие каждого гостя свежими цветами в номере
- Мини-бар и обеспечение гостей продуктами питания и напитками круглосуточно в номерах
- Предметы личной гигиены в флаконах
- Компьютер с доступом в интернет в номере
- Сейф в номере
- Глажка одежды (возврат в течение 1 ч), чистка обуви
- Подготовка постели ко сну
- Тайна гостя

История системы классификации гостиниц и иных средств размещения в РФ

Основные этапы

- В России до 1994 года классификация гостиниц осуществлялась в соответствии с «Положением об отнесении гостиниц к разрядам и номеров в гостиницах к категориям».
- 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», 1, 2, 3, 4;
 - мотелей – на пять разрядов: «Высший А», «Высший Б», 1, 2, 3.
 - Для номеров предусматривалось пять категорий: высшая, 1, 2, 3, 4.

- 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 1-ой до 5-ти звезд;
- мотели – на четыре категории – с присвоением от 1-ой до 4-х звезд.



НЕДОСТАТКИ ДАННОЙ СИСТЕМЫ:

«Звезды» присваивались органами сертификации, причем если собственник отеля не получал их в одном из органов, он шел в другой. Зачастую складывалась ситуация, когда гостиницы, имеющие одинаковую категорию ("звездность"), существенно отличались друг от друга по уровню комфорта и набору предоставляемых услуг. Обманутым в результате оставался потребитель. Это разнообразие органов сертификации стало предпосылкой создания новой системы классификации.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВОГО ПОДХОДА К СИСТЕМЕ КЛАССИФИКАЦИИ ГОСТИНИЦ



- **24 июля 2003 года** Приказом Министерства экономического развития и торговли РФ №197 была **введена новая система государственной классификации гостиниц** и других средств размещения. Три из четырех ранее существовавших систем сертификации гостиниц в связи с отменой ГОСТа Р50645-94 прекратили свое существование.

Основными новшествами в процессе классификации являются совместное использование для оценки двух подходов:

- во-первых, **минимальных требований** для установления «звездности» средства размещения,
- во-вторых, **балльной оценки** средств размещения.

Последние тенденции и события в системе классификации

- **Новый доклад** Всемирной туристской организации (UNWTO) отметил идентичность критериев отелей категорий 4* и 5*. Что служит поводом для размышления желающим пересмотреть существующие или создать новые системы классификации гостиниц (по данным <http://www.ratanews.ru>)
- **У 48 гостиниц Сочи** отозваны свидетельства о присвоении категории. «Звезды» у них забрали по итогам мониторинга средств размещения, проведенного Министерством курортов и туризма Краснодарского края совместно с департаментом олимпийского наследия, управлением Роспотребнадзора по Краснодарскому краю, администрацией города Сочи и аккредитованными организациями (по данным <http://www.ratanews.ru>)

- 
- 
- **Первым хостелом, получившим свидетельство нового образца**, стал «Голливуд» в районе музея-усадьбы Кусково в Москве. Свидетельство торжественно вручили представителям хостела в рамках сессии Российской гостиничной ассоциации заместитель председателя Москомтуризма Владислав Синюков и президентом РГА Геннадий Ламшин.
 - **По данным РГА** на сегодня в Москве 114 гостиниц и иных средств размещения прошли классификацию и получили сертификаты. Среди них есть и мини отели, а хостел пока только один.



Особенности стандартов обслуживания гостей в международных гостиничных цепях

The Ritz Carlton: пример сервисной философии и стандартов

- Кредо
- Девиз
- Три шага сервиса
- 20 бейсиков



THE RITZ-CARLTON



Кредо Ritz-Carlton

- Отель Ritz-Carlton- это место где подлинная забота о наших гостях и их комфорт являются нашей главной миссией.
- Мы обещаем обеспечить наилучшее возможное обслуживание и удобства для наших гостей, которые всегда смогут насладиться теплой расслабленной и вместе с тем утонченной атмосферой.
- Пребывание в Ritz-Carlton обновляет чувства, позволяет расслабиться и удовлетворяет даже невыраженные пожелания и потребности наших гостей.

Ritz-Carlton's Motto

“Мы – леди и джентльмены, обслуживающие леди и джентльменов”

Цезарь Ритц





Три шага сервиса

- Теплое искреннее приветствие. Используйте имя гостя везде, где это только возможно.
- Предугадывание и удовлетворение потребностей гостя во время его пребывания в отеле.
- Теплое прощание. Попрощайтесь с гостем тепло, и используйте его имя везде, где только возможно.

20 бейсиков

1. Кредо – принципиальное убеждение нашей Компании. Кредо необходимо знать, понимать и выполнять всем сотрудникам

2. Наш девиз – «Мы леди и джентльмены, обслуживающие леди и джентльменов». Как профессионалы сервиса, мы относимся к гостям с уважением и чувством собственного достоинства.

3. Три шага сервиса – базис гостеприимства Ritz-Carlton. Эти шаги необходимо использовать при каждом взаимодействии с гостем, чтобы удостовериться в том, что он удовлетворен и привержен нам.

4. Обещание сотрудникам – основа рабочей атмосферы Ritz-Carlton.

20 бейсиков

5. Все сотрудники проходят ежегодное обучение и сертификацию по их профессиональной деятельности.

6. Цели компании доносятся до всех сотрудников.

Поддерживать их – является ответственностью каждого.

7. Все сотрудники участвуют в планировании работы, которая имеет к ним отношение.

8. Каждый сотрудник фиксирует дефекты и недоработки, которые видит в отделе.

20 бейсиков

9. Ответственность каждого сотрудника – создавать атмосферу командности и идеального обслуживания внутренних клиентов – так, чтобы потребности наших гостей и каждого из нас были удовлетворены.

10. Каждый сотрудник имеет необходимые полномочия.

Например, если у гостя имеется проблема или особое пожелание, сотруднику необходимо оторваться от выполнения текущих задач, и обратиться к решению проблемы гостя.

11. В отношении чистоты и личной гигиены наши сотрудники должны быть бескомпромиссны.

20 бейсиков

12. Для того, чтобы обеспечивать идеальный сервис нашим гостям каждый сотрудник отмечает и записывает индивидуальные предпочтения гостя.

13. Никогда не теряйте гостя. Постоянное внимание к гостям – ответственность каждого сотрудника. Каждый, кто услышал жалобу гостя, разрешает и фиксирует ее.

14. «Улыбайтесь – Вы находитесь на сцене!» Постоянно поддерживайте зрительный контакт с гостями.

Используйте правильную фразеологию – например, говорите «Доброе утро», «Конечно», «С радостью», «С удовольствием» и т. д.

20 бейсиков

16. Сопровождайте гостей вместо того, чтобы указывать им направление, если они хотели бы найти что-то в другой области отеля.

17. Используйте телефонный этикет Ritz-Carlton.

Отвечайте на телефонные звонки в течение первых трех звонков. Используйте имя гостя везде, где это возможно. Если необходимо воспользоваться функцией hold, спросите разрешения гостя и т. д.

18. Гордитесь и заботьтесь о своем внешнем облике.

Каждый ответственен за создание профессионального имиджа и соблюдение стандартов Ritz-Carlton в одежде и внешнем виде.

20 бейсиков

19. Безопасность – это главное. Каждый сотрудник ответственен за поддержание безопасного и спокойного рабочего места для себя и окружающих. Соблюдайте все

процедуры поддержания уровня безопасности и сообщайте об угрозах безопасности немедленно.

20. Защита имущества Ritz-Carlton - ответственность каждого сотрудника. Сохраняйте энергию, заботьтесь об отеле и защищайте окружающую среду.



**□ БЛАГОДАРЮ ЗА
ВНИМАНИЕ !**