

Организация гостиничного обслуживания
Направление подготовки: 43.03.02 «Туризм»

Кафедра сервиса и туризма
Руденко Людмила Лазаревна

Коммерческие и некоммерческие гостиничные объединения

**Модели организации гостиничного бизнеса и
разновидности гостиниц**

План лекций

1. Франчайзинг в гостиничной индустрии
 - Прямой франчайзинг
 - Косвенный франчайзинг (Субфранчайзинг)
2. Контракт на управление
3. Договор аренды
4. Маркетинговые сети
5. Независимые управляющие компании
6. Некоммерческие гостиничные объединения
 - Национальные некоммерческие объединения
 - Мировые гостиничные объединения
 - Российские гостиничные объединения

Требования к знаниям, умениям и навыкам

- Студент должен знать:

- Определения и характеристики коммерческих объединений
- Свойства и приоритеты коммерческих организаций
- Основные международные и национальные некоммерческие организации
- Тенденции возникновения некоммерческих организаций

Содержание

1. Ключевые понятия
2. Учебный материал
3. Вопросы и задания для самопроверки
4. Рекомендуемая литература

Ключевые понятия

- **Коммерческая организация** - юридическое лицо, преследующее извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности.
- **Некоммерческая организация** - организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками.
- **Франчайзинг** - представляет собой систему взаимоотношений, заключающуюся в возмездной передаче одной стороной (франчайзер) другой стороне (франчайзи) своих средств индивидуализации производимых товаров или услуг, технологии ведения бизнеса и других компонентов информации, использование которой другой стороной будет содействовать росту и надежному закреплению на рынке товаров и услуг. При этом передающая сторона (франчайзер) обязуется оказывать содействие в становлении бизнеса, обеспечивать техническую и консультационную помощь (франчайзи).

Ключевые понятия

- **Франшиза** – весь пакет прав, технологий, оборудования, услуг, предлагаемых франчайзером к продаже
- **Прямой франчайзинг** - когда франчайзер продает франшизу напрямую местному предпринимателю (франчайзи)
- **Косвенный франчайзинг** (субфранчайзинг), когда международный франчайзер продает исключительные права на развитие всей системы на территории другой страны одному франчайзи, который в последующем будет заключать субфранчайзинговые договоры со следующими франчайзи
- Под **контрактом на управление** подразумевается письменное соглашение, заключенное между владельцем и предприятием или компанией (гостиничный оператор), которая специализируется на управлении предприятиями соответствующего типа.

Группа	Гостиница (город)	Число номеров	Год открытия
«Holiday Inn»	«Виноградово» (Москва)	154	1998
«Radisson»	«Славянская» (Москва)	430	1991
	«Лазурная» (Сочи)	300	1993
«Kempinski»	«Балчуг» (Москва)	234	1995
	«Гранд-отель Европа» (Санкт-Петербург)	301	1997
«Marriott» (Renaissance)	«Гранд-отель» (Москва)	400	1997
«Sheraton»	«Палас-отель» (Москва)	221	1997
	«Невский палас» (Санкт-Петербург)	287	1997
«Le Meridien»	«Националь» (Москва)	231	1991
«Ассог»	«Софител» (Москва)	195	1992
	«Новотель» (Москва)	488	1992
«Hilton»	Проект (Москва)	300—350	2000

Современный загородный конгресс отель после масштабной реновации

- Отель Холидей Инн Москва Виноградово открылся в апреле 2020 года после масштабной реновации!
- Отель **Holiday Inn® Moscow Vinogradovo** расположен в живописном и уютном уголке Подмосковья, всего в 4 км от МКАД по Дмитровскому шоссе, в 12 км от **международного аэропорта Шереметьево** и всего в 15 минутах ходьбы до новой станции Центрального Московского Диаметра "Долгопрудная". Дорога до **центра города** займет не более получаса.
- Посетите главные достопримечательности Москвы. Исследуйте историю города, прогуливаясь по **Красной площади** и восхищаясь куполами **собора Василия Блаженного**. Побалуйте себя балетом во всемирно известном **Большом театре**. **Парк Горького** с его кинотеатром под открытым небом также находится рядом с основными достопримечательностями.
- Обновленный в 2020 году Holiday Inn Moscow Vinogradovo предлагает гостям **164 номера различных категорий**: от комфортабельных стандартных комнат до просторных номеров люкс, **20 современных конференц и банкетных залов, бизнес центр, новый современный Open Lobby, круглосуточный ресторан, бассейн, сауна, фитнес зал и салон красоты**. Бесплатный WiFi доступен на всей территории отеля.



Националь Москва

Radisson Slavyanskaya Hotel & Business Center, Moscow

Moscow

Park Inn by Radisson, Sheremetyevo Airport



Гранд Отель Белорусская Marriott Moscow Grand Hotel 5*

Сервис, отточенный годами!

- 10 конференц-залов
- Представительская гостиная
- Лобби-бар
- Фитнес-центр



Ключевые понятия

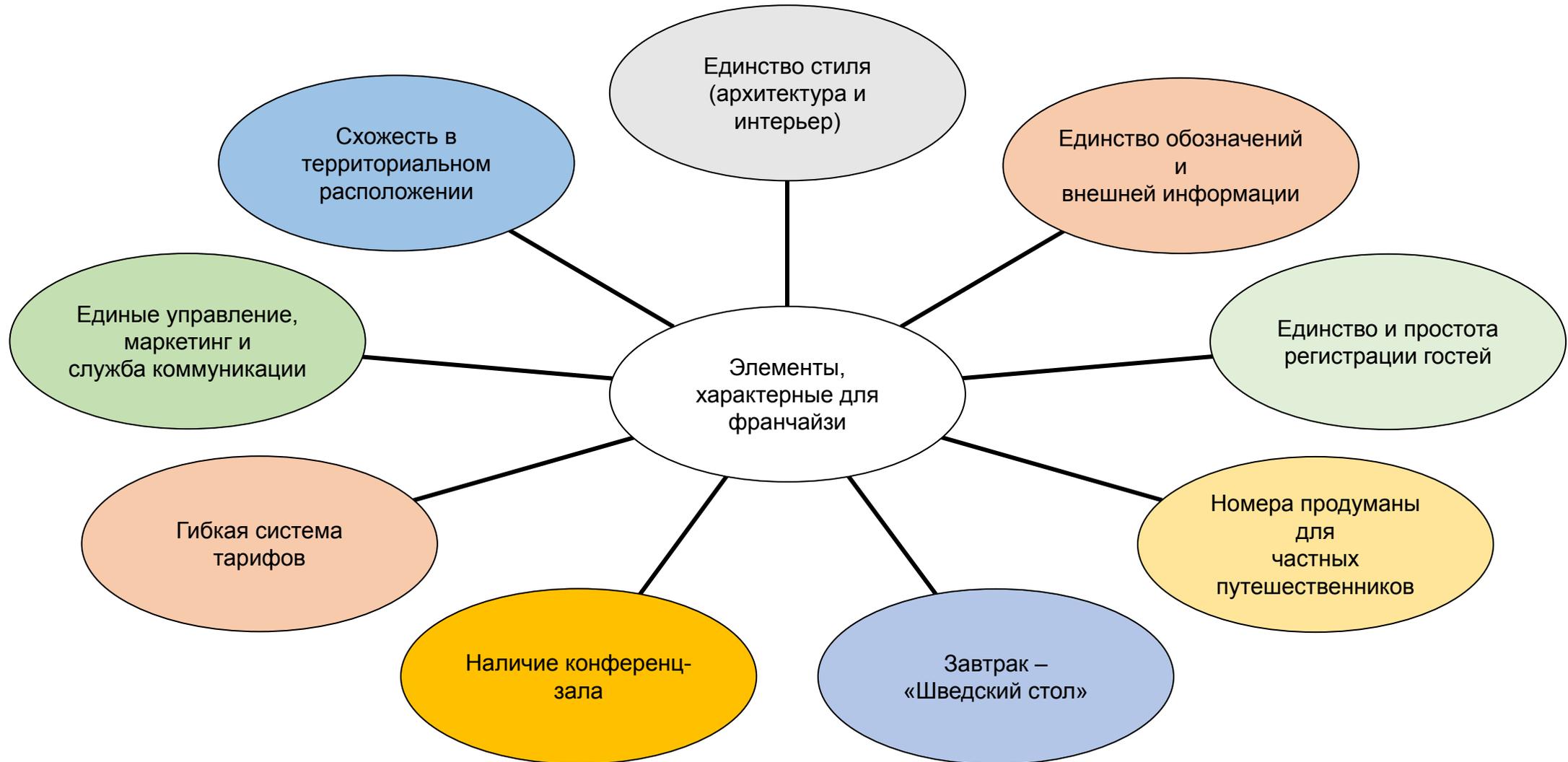
- Сущность **договора аренды** состоит в том, что отель арендуется на определенный срок за оговоренный % с продаж
- **Маркетинговые сети** позволяют гостинице стать частью общенациональной или международной системы бронирования и, в то же время, сохранить свою независимость
- **Независимые управляющие компании** – это группа (ы) профессионалов, которые обычно имеет дело с несхожим гостиничным продуктом, представленным отелями различного уровня обслуживания и связанных (или не связанных) между собой. В этом случае владелец гостиницы оплачивает услуги за управление его собственностью, либо управляющая компания, арендуя здание собственника, выплачивает ему часть дохода предприятия.

Лидеры – гостиничные цепи/сети

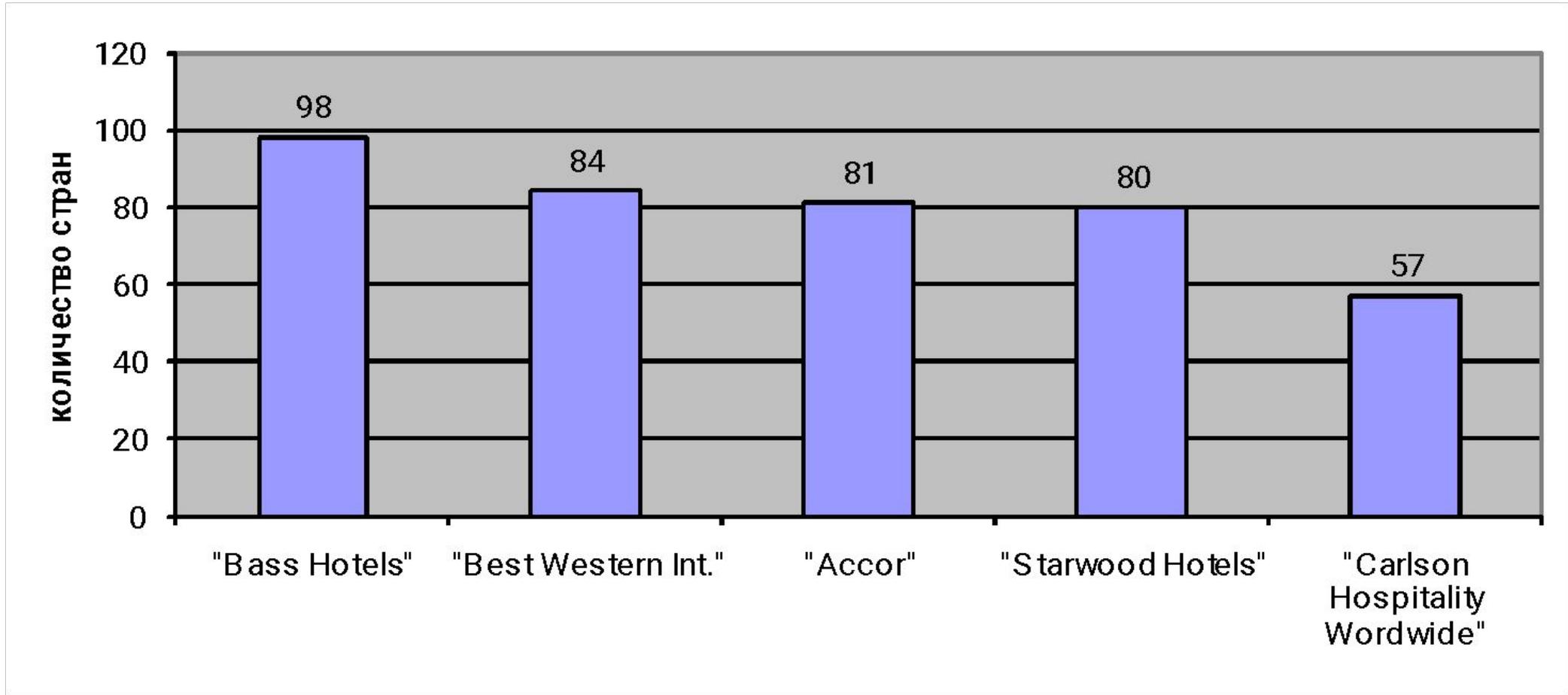
- **Гостиничные цепи** – это объединения нескольких гостиничных предприятий в коллективный бизнес, осуществляемый под единым руководством, в рамках единой концепции и под общей торговой маркой.
- **Гостиничные сети** – это долгосрочное, взаимовыгодное объединение гостиничных предприятий, а также фирм сопутствующих отраслей в единую структуру и систему стратегического сотрудничества с целью создания совместных отличительных компетенций. Развитию сотрудничества способствуют единая стратегия и совместные взаимовыгодные стратегические действия (*особенно в сфере маркетинга*) на основе общей системы информационного взаимодействия (*включая единые системы бронирования и глобальные дистрибутивные системы*) и сильного сетевого бренда, что приводит к взаимному усилению конкурентных позиций и брендов отелей сети и фирм сопутствующих отраслей и формированию комплементарных активов в рамках сети.

Учебный материал

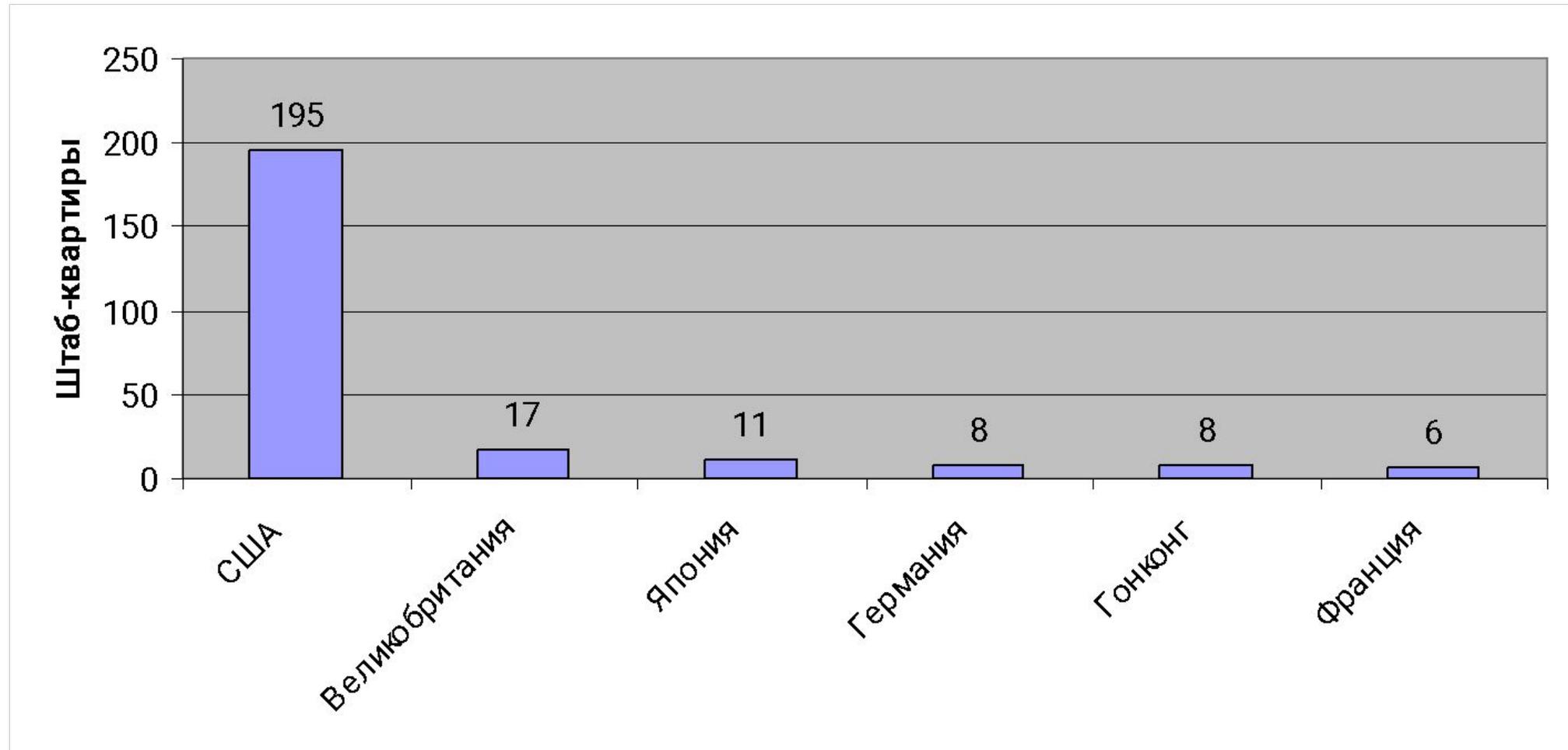
Характеристика гостиничных цепей (с 1950 г.г.....)



Лидеры гостиничных цепей (нач. 2000 гг.)



Страны – лидеры формирования гостиничных цепей



Лидеры – гостиничные цепи

НАЗВАНИЕ	КОЛИЧЕСТВО КОМНАТ	КОЛИЧЕСТВО ОТЕЛЕЙ	СТРАНА
Inter Continental Hotels Group	536 318	3 520	Англия
Marriott	490 564	6 402	США
Accor	453 403	3 894	Франция
Hilton Hotels Corp.	348 483	2 173	США
Best Western Int.	310 245	4 110	США
StarWood Hotels & Resort Word wide	229 247	738	США
Carlson Hospitality Worldwide	147 624	881	США
Hilton Group pls.	98 689	392	Великобритания
Hyatt Hotels	89 602	208	США
Sol Meli SA	80 494	331	Испания

gostinichnyh cepej [Foreign experience of the hotel business and the main trends in the creation of hotel chains]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya [Economics and Management: The problems and solutions]*, 4(2), 78-82. (In Russ.).

12. **Stabler, M. A., & Sinclair, P. T.** (2010). *The Economics of Tourism*. London: Routledge.

13. **Fedulin, A. A., Zgonnik, L. V., Lebedeva, O. Ye., Dukhovnaya, L. L., & Ilkevich, S. V.** (2017). Methodological approaches to the assessment of historical and cultural resources in tourist destinations. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 8(6), 1198-1204.

Духовная Л.Л., Скабеева Л.И. Специфика функционирования международных и национальных гостиничных цепей на рынке гостиничного бизнеса в Российской Федерации // *Сервис в России и за рубежом*. 2018. Т. 12. Вып. 2. С. 20-32.
DOI: 10.24411/1995-042X-2018-10202.

Dukhovnaya, L. L., & Skabeeva, L. I. (2018). Specifics of international and national hotel chain in the market of hotel business in Russia. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 12(2), 20-32.
doi: 10.24411/1995-042X-2018-10202. (In Russ).

Таблица 2 – Присутствие российских гостиничных операторов на российском и международном рынках (данные за октябрь 2017 года)

Название сети	Число отелей в РФ / за рубежом	Присутствие в РФ	Присутствие за рубежом
ГОСТ Отель Менеджмент	26/2	Москва, МО, Сочи, Нижний Новгород, Нижегородская обл., Иркутск, Иркутская обл., Кисловодск, Хакасия, Абакан, Бурятия	Украина, Австрия
Amaks Hotels & Resorts	19/4	Владимир, Белгород, Ростов-на-Дону, Рязань, Азов, Омск, Великий Новгород, Воронеж, Тамбов, Новый Уренгой, Пермь, Казань, Красноярск, Уфа, Ижевск, Тольятти, Йошкар-Ола, Курган, Валдай	Беларусь
Azimut Hotels	18/8	Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Якутск, Владивосток, Воронеж, Астрахань, Мурманск, Уфа, Новосибирск, Нижний Новгород, Кострома	Германия, Австрия
Cronwell Hotels & Resorts	11/3	МО, Санкт-Петербург, Ханты-Мансийский АО – Югра	Греция
Heliopark Hotels & Resorts	7/1	Солнечногорск, Звенигород, Небуг, Пенза, Суздаль, Малые Соли	Германия
Союз Маринс Групп	7/-	Ялта, Сочи, Екатеринбург, Нижний Новгород, Ростов, Новосибирск	-
Cosmos Group	5/3	Москва, МО, Петрозаводск, Алтай	Чехия, Италия, Намибия
Альянс Отель Менеджмент	5/-	Москва, Обнинск, Саранск, Абакан, Туапсе	-
Korston Hotels	3/-	Москва, Казань, Серпухов	-
ИТОГО:	101/21		

Объединение гостиничных предприятий в сети играет огромную роль в развитии гостиничного дела, так как позволяет:

- разрабатывать, внедрять и продвигать высокие стандарты обслуживания;
- достигать экономии от масштаба, разнообразия, опыта и специализации;
- решать проблему загрузки номерного фонда;
- иметь единую информационную систему и систему бронирования;
- иметь единую систему подготовки кадров;
- успешно осуществлять расширение географического присутствия.

В настоящее время для развития мировой гостиничной индустрии характерна централизация и интеграция управления. Практически все гостиничные цепи мира, независимо от их рейтинга, испытывая на себе постоянное давление жесткой конкурентной борьбы, ищут любые возможности для увеличения своего потенциала.

- **Интеграционные процессы вызваны объективной необходимостью:**

- обеспечения стабильной загрузки гостиницы;
- формировании качественной гостиничной услуги;
- повышения загрузки гостиницы, поиск новых клиентов и сохранение имеющихся;
- совершенствования профессионализма персонала гостиниц.

- **Основные формы управления гостиницами**

- Независимые гостиницы, находящиеся во владении, распоряжении и пользовании владельца:
- Гостиницы, входящие в гостиничные цепи
- Гостиницы, входящие в ассоциации независимых гостиниц

Развитие гостиничного дела в европейских странах и США имеют ряд особенностей, на основе которых сформировались *две основные бизнес-модели.*

- **Первая бизнес-модель — модель Ритца** получила свое название по имени швейцарского предпринимателя Цезаря Ритца.

- Это сеть из отелей, которые находятся в собственности гостиничной фирмы. Придерживаются концепции «коллекция отелей», в которой каждый отель уникален, имеет свое имя, уникальную атмосферу, культуру той страны, где расположен. Для отелей данной бизнес-модели характерны высококлассные дизайнерские и архитектурные решения, богатые интерьеры, высочайший уровень обслуживания. Отели, как правило, расположены в исторических зданиях или содержат в интерьерах уникальные современные/антикварные предметы интерьера.

- **Вторая бизнес-модель — модель Кеммонса Уилсона**, которая была названа в честь американского предпринимателя, основателя сети отелей **Holiday Inn**.

- Для этой модели характерно единство стиля, проявляющееся в **стандартизации** архитектурных решений, дизайна интерьера, обозначений внешней информации, что обеспечивает узнаваемость объектов гостиничной индустрии вне зависимости от месторасположения гостиницы.
- Гостиничные предприятия по дизайну не отличаются (Hilton, Marriott, Starwood Hotels&Resorts).

Мировые некоммерческие организации

- МГА - Международная гостиничная ассоциация (1946г.)
- Хоттрек – Конфедерация национальных ассоциаций гостиниц и ресторанов (1982г.)
- Американская ассоциация гостиниц и мотелей (1910г.)
- Международная ассоциация руководителей гостиничных коммерческих и маркетинговых служб (1927г.)
- Международная Ассоциация гостиниц и ресторанов (International Hotels & Restaurant Association — IH&RA) прошла длительный путь исторического развития, корни которого уходят в 1869 г.
- 2.3 Ассоциации, гильдии и союзы в индустрии гостеприимства
- Овчаренко Н.П., Организация гостиничного дела: учебное пособие / Н.П. Овчаренко, Л.Л. Руденко, И.В. Барашок - М.: Дашков и К*, 2015. - 208 с.

Российские некоммерческие организации

- ✓ **Российская гостиничная ассоциация (1997г.) РГА** — некоммерческая организация, которая объединяет гостиницы и другие коллективные средства размещения, учреждения, производящие товары и услуги для индустрии гостеприимства, а также учебные заведения, занимающиеся подготовкой кадров для сферы гостеприимства. Ассоциация была создана в 1997 г. и в 2003 г. вошла в состав Международной Ассоциации гостиниц и ресторанов (IH&RA).
- ✓ **Московская областная гостиничная ассоциация (2000г.)**
- ✓ **Федерация отельеров и рестораторов России (2002г.)**
- ✓ **Некоммерческое партнерство «Офис туризма Великого Новгорода»**
- ✓ **Ассоциация представителей гостиничного и туристского бизнеса Ростовского муниципального района**
- ✓ **Ассоциация малых гостиниц Санкт-Петербурга (2003г.)**
- ✓ **Сообщество владельцев сервисных квартир (2005г.)**
- ✓ **Некоммерческое объединение частных мини-гостиниц**

Премия «Золотой ключик»

Оргкомитет состоит из представителей следующих организаций и государственных структур:

- Клуб отелей
- Комитет по инвестициям и стратегическим проектам СПб;
- Комитет по физической культуре, спорту, туризму и молодежной политике Ленинградской области;
- Российская Гостиничная Ассоциация
- Российский Союз Туриндустрии
- Академия Гостеприимства
- Организация – Генеральный спонсор



Приобретенные знания

Формы управления гостиничными предприятиями:

- Контракт на управление
- Договор аренды
- Франчайзинг
- Консорциум

Некоммерческие гостиничные организации:

- - Международные
- - Российские

Вопросы для самопроверки

- **Коммерческие организации:**

- Дать характеристику франчайзингу в гостиничном бизнесе
- Дать характеристику контракту на управление и его взаимосвязь с франчайзингом
- Дать характеристику консорциумам, принципы объединения в консорциумы

- **Некоммерческие организации:**

- Дать характеристику международным гостиничным ассоциациям
- Дать характеристику гостиничным ассоциациям России

Задания для самопроверки

- **Подготовить доклады на темы:**
 - Развитие и характеристика цепи отелей США
 - Развитие и характеристика цепи отелей Великобритании
 - Развитие и характеристика цепи отелей Франции
 - Развитие и характеристика цепи отелей Испании

Рекомендуемая литература

1. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. - М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2013.-304 с.

2. Кнышова, Е.Н. Менеджмент гостеприимства: учебное пособие.- М. форум: ИНФРА-М, 2014.-512 с.

3. Кучеренко. В. Л. Менеджмент безопасности гостиничного предприятия: - СПб.: Троицкий мост, 2013.-160 с.

4. Овчаренко Н.П., Организация гостиничного дела: учебное пособие / Н.П. Овчаренко, Л. Л. Руденко, И.В. Барашок - М.: Дашков и К*, 2015. - 208 с.

5. Руденко Л.Л. Технология гостиничной деятельности: учебное пособие /Л.Л. Руденко, Н. П. Овчаренко, А.Б. Косолапов - М.: Дашков и К*, 2014. - 176 с.

Духовная Л.Л., Скабеева Л.И. Скабеева Л.И. Специфика функционирования международных и национальных гостиничных цепей на рынке гостиничного бизнеса в

Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. 2018. Т. 12. Вып. 2. С. 20-32.

DOI: 10.24411/1995-042X-2018-10202.

Калабкина И. М. Новые формы обслуживания в сетевых отелях [Электронный ресурс] / И. М. Калабкина, В. М. Кицис, Т. С. Фомина // Научное обозрение: электрон. журн. – 2019. – № 2. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). Систем. требования: Pentium III, процессор с тактовой частотой 800