

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

М. А. ЁХИНА

БРОНИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

УЧЕБНИК

Рекомендовано

*Федеральным государственным бюджетным образовательным
учреждением высшего профессионального образования
«Государственный университет управления»
в качестве учебника для студентов средних учебных заведений,
обучающихся по специальности «Гостиничный сервис»*

*Регистрационный номер рецензии 303
от 08 июля 2013 г. ФГАУ «ФИРО»*



Москва
Издательский центр «Академия»
2014

УДК 640.4(075.32)

ББК 65.432я723

Е933

Рецензент —

преподаватель высшей квалификационной категории
Московского технико-экономического колледжа *И.И. Потапова*

Ёхина М. А.

Е933 Бронирование гостиничных услуг : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / М.А. Ёхина. — М. : Издательский центр «Академия», 2014. — 240 с.

ISBN 978-5-4468-0323-1

Учебник создан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности «Гостиничный сервис», ПМ.01 «Бронирование гостиничных услуг».

Рассмотрены технологический процесс бронирования и оформления заказов, способы информирования потенциальных гостей о резервировании, использование информационных и телекоммуникационных технологий. Приведены примеры использования нормативной документации, регламентирующей деятельность персонала гостиницы при бронировании гостиничных услуг и взаимодействии отелей с партнерскими организациями. Раскрыты типичные ошибки, допускаемые операторами при резервировании гостиничных услуг и способы их предупреждения. Даны рекомендации по работе с потенциальными и проживающими гостями.

Для студентов учреждений среднего профессионального образования.

УДК 640.4(075.32)

ББК 65.432я723

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом
без согласия правообладателя запрещается*

© Ёхина М. А., 2014

© Образовательно-издательский центр «Академия», 2014

© Оформление. Издательский центр «Академия», 2014

ISBN 978-5-4468-0323-1

Уважаемый читатель!

Учебник является частью учебно-методического комплекта по специальности «Гостиничный сервис» и может быть использован при изучении профессионального модуля ПМ.01 «Бронирование гостиничных услуг».

Учебно-методические комплекты нового поколения включают традиционные и инновационные учебные материалы, позволяющие обеспечить изучение общеобразовательных и общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей. Каждый комплект содержит в себе учебники и учебные пособия, средства обучения и контроля, необходимые для освоения общих и профессиональных компетенций, в том числе и с учетом требований работодателя.

Учебные издания дополняются электронными образовательными ресурсами. Электронные ресурсы содержат теоретические и практические модули с интерактивными упражнениями и тренажерами, мультимедийные объекты, ссылки на дополнительные материалы и ресурсы в Интернете. В них включен терминологический словарь и электронный журнал, в котором фиксируются основные параметры учебного процесса: время работы, результат выполнения контрольных и практических заданий. Электронные ресурсы легко встраиваются в учебный процесс и могут быть адаптированы к различным учебным программам.

Предисловие

Рост гостиничного бизнеса в России обусловлен развитием международного туризма и делового сотрудничества с иностранными организациями и компаниями. Поэтому актуальной задачей является повышение качества подготовки специалистов для гостиничного хозяйства, отвечающего жестким требованиям международных стандартов.

Практика убедительно показывает, что без квалифицированного персонала, обладающего необходимыми профессиональными знаниями, навыками и умениями практической работы, невозможно обеспечить технологический процесс гостиничного обслуживания в соответствии с заявленным высоким уровнем сервиса.

Основными квалификационными требованиями для линейного персонала гостиниц мирового уровня являются:

- глубокие знания и практические навыки в области технологии гостеприимства и обслуживания гостей с учетом принятых стандартов;
- свободное владение несколькими иностранными языками;
- освоение на уровне продвинутого пользователя автоматизированных систем управления гостиницами.

Эти требования в соответствии с новыми федеральными стандартами должны быть учтены как в базовых, так и в вариативных образовательных программах среднего профессионального образования, а также в программах повышения квалификации и переподготовки кадров.

Согласно Государственным требованиям к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальности 101101 «Гостиничный сервис» выпускник должен знать технологию бронирования, регистрации, обслуживания и выписки гостей, уметь использовать возможности средств автоматизации для реализации потребностей управления в гостиничном бизнесе.

Целью данного учебника является рассмотрение организации работы службы бронирования с учетом требований стандартов и качества обслуживания. В основу положены материалы курса лекций по модулю ПМ.01 «Бронирование гостиничных услуг», в кото-

рых обобщен опыт работы ведущих предприятий отрасли. Содержание учебника составлено с ориентацией на накопленный методический опыт преподавания данной дисциплины.

В учебнике подробно рассматриваются вопросы технологии бронирования номеров и мест в гостинице в контексте взаимодействия сотрудников службы бронирования с клиентами различных категорий (индивидуал, туристическая группа, семья, VIP-гость, гость с ограниченными возможностями). Подробно разбираются типичные ошибки сотрудников службы бронирования, даны рекомендации по способам работы с потенциальными и проживающими гостями. Освещены вопросы выбора и применения автоматизированных систем управления в гостиницах.

При изложении материала общие положения проиллюстрированы многочисленными примерами из практики работы ведущих гостиниц. Для закрепления и проверки полученных знаний читателям предлагаются контрольные вопросы, задания по темам и тесты по разделам.

ИЗ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

1.1. ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС РОССИИ В ПРОШЛОМ И НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Туризм по праву считается одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, являясь активным источником поступлений иностранной валюты и оказывая заметное влияние на платежный баланс страны.

Международный туризм занимает важное место в мировой экономике: на его долю приходится 25—50 % мировой торговли услугами. Он оказывает большое влияние на развитие социально-экономической инфраструктуры регионов. Влияние туризма на Россию пока незначительно: оно адекватно вкладу государства в развитие данной отрасли и сдерживается в основном отсутствием реальных инвестиций, неразвитой туристской инфраструктурой, низким уровнем гостиничного сервиса, недостаточным количеством гостиничных мест и дефицитом квалифицированных кадров.

В России гостиницы первоначально существовали в виде постоянных дворов и монастырских подворий. Москва как столица обладает уникальным культурно-историческим наследием и играет ведущую роль в политической и экономической жизни страны. Первые гостиницы открылись в первопрестольной в середине XVIII в. В конце XVIII — начале XIX в. специальные здания были выстроены по проекту В.П. Стасова на Бульварном кольце, у Пречистенских, Никитских, Сретенских и Покровских ворот. В начале XIX в. в Москве было семь гостиниц, к его середине — несколько десятков, в начале XX в. — около сорока: среди них «Савой», «Гранд-отель», «Славянский базар», «Новомосковская». «Метрополь», построенная в 1901 г. по инициативе мецената Саввы Мамонтова, является памятником архитектуры. В гостинице 363 но-

мера, 2 ресторана и 9 банкетных залов. «Националь», построенная в 1903 г. по проекту архитектора Александра Иванова на пересечении улиц Моховая и Тверская, имеет статус памятника истории и архитектуры федерального значения. В отеле насчитывается 201 номер (из них 56 люксов).

До революции 1917 г. в Москве было относительно большое число гостиниц, только в пределах Садового кольца — около 240. После Октябрьской революции все гостиницы были национализированы, а некоторые из них закрыты. В 1920—1930 гг. началось строительство первых советских гостиниц («Северной», «Москвы», «Киевской» и др.).

К 1940 г. гостиницы были построены в 669 городах. Великая Отечественная война нанесла огромный ущерб всему народному хозяйству, в том числе и гостиничному. В середине 1950-х гг. в высотных зданиях были открыты гостиницы «Украина» и «Ленинградская». В 1980 г., накануне XXII летних Олимпийских игр, гостиничное хозяйство СССР насчитывало 7 000 гостиниц общей вместимостью 700 тыс. мест: наиболее вместительными и комфортабельными считались гостиницы «Измайлово» с номерным фондом в 5 тыс. номеров, «Космос» — 1 777 номеров, «Международная» — 577 номеров, «Молодежная» — 280 номеров.

К сожалению, в 1990-е гг. из-за экономической и политической ситуации в стране произошел значительный спад спроса на гостиничные услуги. О малых гостиницах заговорили в начале 1990 г., в это время на столичный рынок вышли такие отели, как «Паллада» и «Вешняки» на 24 и 19 номеров соответственно. Основные клиенты малых гостиниц — бизнесмены среднего класса, пребывание которых не требует обстановки престижных международных отелей. Как правило, эти клиенты нуждаются в умеренном комфорте, хорошей еде, чистоте и безопасности — все это они находят в малых отелях. В конце 1990-х гг., согласно данным Государственного комитета Российской Федерации по статистике, Россия имела 5 043 предприятия гостиничного типа с общим числом мест 390 931.

В январе 1991 г. после реконструкции открылись гостиница «Метрополь», включенная в гостиничную сеть «Интерконтиненталь», и гостиница «Пулман Ирис», переименованная в 1994 г. в «Софител», компании «Аккор». С мая по октябрь 1991 г. были построены гостиницы «Аэростар» и «Олимпик Пента Ренессанс». В Шереметьево-2 группа «Аккор» построила «Новотель».

В 1991—1992 гг. в Москве были введены в эксплуатацию сразу несколько отелей, вошедших в состав международных гостинич-

ных сетей: «Балчуг Кемпински», «Новотель Шереметьево», «Пулман Ирис», «Ренессанс», «Рэдиссон Славянская». Только за первые два года присутствия мировых гостиничных сетей в Москве номерной фонд столицы пополнился на 1 800 номеров. Однако дальнейшее развитие международных гостиничных сетей происходило менее динамично.

В 1998 г. открылась малая гостиница на 30 номеров «Катерина», а в конце 1999 г. «Катерина» вводит в эксплуатацию второе здание на 90 мест, с конференц-залом, фитнес-центром и прочими атрибутами городского бизнес-отеля. К 1999 г. начали функционировать несколько отелей цепи Marriott, корпорация Hilton объявила о своих намерениях продолжать строительство гостиниц в России.

Постановлением Правительства Москвы от 26 марта 2002 г. № 208 «О концепции комплексного развития туристско-рекреационной зоны "Золотое кольцо Москвы" и первоочередных мерах по ее реализации» была утверждена «Генеральная схема размещения гостиниц в Москве до 2010 года», в соответствии с которой планировалось появление 248 новых гостиниц на 98 тыс. мест.

В 2004—2005 гг. гостиничный фонд Москвы увеличился на 15 гостиниц. Прирост вместимости отелей за этот период составил 5,6 тыс. мест. В 2004 г. открылся первый отель-бутик «Золотое яблоко» (Golden Apple) в центре деловой столицы, на Малой Дмитровке. Рядом находятся самые престижные арт-галереи, выставочные залы и офисы знаменитых торговых домов, бизнес-центры класса премиум и элитные бутики. В отеле «Золотое яблоко» 92 номера, которые выполнены в стиле изысканного минимализма с уютной атмосферой современного домашнего интерьера.

Активность международных гостиничных сетей начала заметно возрастать. В 2005 г. открылись «Ритц Карлтон» (334 номера), компания Marriott, и 34-этажная гостиница «Свиссотель Красные Холмы» (235 номеров), являющаяся одним из самых высоких зданий в Москве. Последняя принадлежит швейцарской группе «Swissôtel Hotels & Resorts», насчитывающей 28 отелей высшего класса в крупнейших городах мира.

Постановлением Правительства Москвы от 13 апреля 2004 г. № 212-ПП «О реконструкции и развитии многокорпусных гостиниц постройки 1950-х гг., расположенных в Северо-Восточном административном округе города Москвы» была предусмотрена реконструкция гостиниц «Алтай», «Турист», «Байкал», «Восток», «Шератон», «Останкино» и «Золотой Колос» из-за высокого уровня их износа и несоответствия современным требованиям.

На конец III квартала 2007 г., по данным компании Bescar Realty Group, структура гостиниц Москвы по уровню комфортности выглядела следующим образом: 5* — 8%, 4* — 17%, 3* — 43%, 1 — 2* — 27%, мини-отели — 5%.

В связи с экономическими изменениями в 2008—2009 гг. произошло снижение темпов роста гостиничной инфраструктуры и, по данным консалтинговой компании Blackwood, за 9 мес. 2009 г. в Москве были введены в эксплуатацию лишь 20% от планового объема гостиничных мест (720 номеров) — это вдвое меньше аналогичного показателя 2008 г. (1 700 номеров). Всего в 2009 г. в Москве была построена 21 новая гостиница, общее их число в столице достигло 231. Среди них: Holiday Inn Moscow Simonovsky (Intercontinental Hotel Group, 4*, 217 номеров), «Ibis Москва Павелецкая» (Accor Group, 3*, 147 номеров), «Максима Панорама» (3*, 123 номера), «Воздушный экспресс» (66 номеров) в терминале «Аэроэкспресс» (Международный аэропорт «Шереметьево», гостиница выполнена по принципу европейских капсульных отелей и является новым проектом для российского гостиничного рынка).

В 2009 г. были введены в эксплуатацию гостиницы категории 3*, которые составили 56%, категории 4* — 22% и категории 5* — 22%.

С августа 2009 г. реализуется идея создания хостелов — малых гостиниц в жилых и офисных помещениях. Хостелы — публичная гостиница, предоставляющая своим постояльцам на короткий или длительный срок жилье — как правило, спальное место без дополнительных удобств в номере. Это бюджетная альтернатива гостиницам и отелям (в настоящее время в Москве работают более 50 хостелов на 2 500 мест, большинство из них находится в пределах Садового кольца, около 25% — в рамках Бульварного кольца, недалеко от туристических объектов).

Набор стандартных и дополнительных услуг хостела помимо места для ночлега и общих туалетов/душевых включает в себя бесплатный Wi-Fi, видеотеку, DVD-плеер, кабельное/спутниковое телевидение, библиотеку, настольные игры, прессу, предоставление чая/кофе, место для хранения багажа, сейфы на ресепшн, визовую поддержку и регистрацию иностранцев в месте пребывания, трансферы от/до аэропорта и услуги химчистки. Кроме того, организованы общие комнаты отдыха (гостиные), кухни с необходимой бытовой техникой и посудой, прачечные комнаты со стиральными машинами.

Наиболее распространенный вариант — 4—8-местное размещение (70% объектов). Менее популярно размещение в двухместных номерах (64%) и в номерах на 9—15 человек (48%).

В 2010 г. открыты 22 гостиницы с номерным фондом 2 316 номеров, среди них Renaissance Moscow Monarch Centre (5*, 366 номеров), «Катерина Парк» (3*, 260 номеров), «Украина» (после реконструкции функционирует под брендом Radisson Royal Hotel, 5*, 505 номеров, 38 апартаментов) и Lotte Hotel Moscow 5*. Lotte Hotel Moscow принадлежит южнокорейской сети отелей класса люкс Lotte Hotels&Resorts и является ее первым европейским проектом. Помимо изысканного номерного фонда, состоящего из 304 просторных номеров и люксов, включая беспрецедентные для столицы королевские апартаменты, предметом особой гордости в Lotte Hotel Moscow служит изысканная высокая кухня, представленная обладателем трех звезд Мишлен Пьером Ганьером во французском ресторане Les Menus, а также японский фьюжн в американском ресторане MEGU.

На начало 2011 г. в Москве насчитывалось уже 274 гостиницы с номерным фондом 72 200 мест. В течение 2011 г. были открыты отели Radisson Blu Belorusskaya Hotel (5*, 264 номера), эксклюзивный Клубный корпус отеля Crowne Plaza (5*, 149 номера), Courtyard by Marriot Moscow Paveletskaya (4*, 171 номер), Ramada Moscow Domodedovo (4*, 134 номера). Одним из наиболее значимых событий гостиничного рынка Москвы 2011 г. стало открытие отеля под брендом InterContinental — InterContinental Moscow Tverskaya (5*, 203 номера). Экстерьер отеля выполнен в современном стиле с наличием традиционных для российской культуры элементов. На последнем 12 этаже три президентских люкса — «Уланова», «Нижинский», «Дункан», напоминающие гостям о легендах русского балета.

В течение 2012 г. открылись всего 2 гостиницы: Azimut Moscow Tulskaaya Hotel на 144 номера, Mercure Arbat Moscow на 109 номеров. Обе гостиницы относятся к среднеценовому сегменту. На конец 2012 г. в Москве насчитывалось 303 гостиницы.

Большинство гостиниц столицы сегодня соответствуют всем современным требованиям услуг гостеприимства. А такие отели, как «Балчуг Кемпински», «Ритц-Карлтон», «Рэдиссон Роял», «Свиссотель Красные Холмы», «Марриотт Роял Аврора», «Савой», «Националь», «Метрополь», «Лотте Плаза» и InterContinental Moscow Tverskaya по роскоши номеров, интерьеру и антикварной мебели совершенно уникальны.

Международные гостиничные цепи в России. Гостиницы могут существовать как независимые коммерческие предприятия или входить в гостиничные компании, сети.

Большинство гостиничных предприятий мира входит в ту или иную гостиничную цепь.

Гостиничная цепь — группа гостиниц (две и более), пользующаяся одним и тем же названием и фирменным знаком, осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепи. Руководство цепи предприятий получает преимущества от любой прибыли, но в то же время несет и бремя ответственности за операционные потери. Цепь может иметь как собственные здания и землю, так и арендовать их.

Практика показывает, что гостиничная цепь еще за год до открытия гостиницы начинает проводить бронирование мест. С этого же времени название гостиницы и все ее реквизиты включаются в национальный перечень гостиниц, а также во всевозможные специальные справочники.

Образование гостиничных цепей позволяет продвигать на мировой рынок гостиничных услуг высокие стандарты обслуживания, а также способствует поддержке гостиничного обслуживания туристов. Если гость регулярно останавливается в отелях одной из цепей, то ему не стоит опасаться неожиданностей, ведь во всех гостиницах действуют одинаковые стандарты качества и обслуживания. К тому же можно участвовать в бонусных программах, накапливать баллы и использовать их для оплаты жилья.

Предприятия могут входить в гостиничную цепь как полноправные члены, осуществляющие свою деятельность на основе договора франшизы, или заключать договор на управление одной корпорацией. **Франчайзинг** — это метод предпринимательства, благодаря которому предприниматель может объединиться с уже действующей большой цепью. Если гостиница является франшизным членом какой-либо известной гостиничной цепи, она может управляться самостоятельно, вне прямого контроля со стороны администрации цепи. Цепь в этом случае не имеет прав на доходы и не несет ответственности за потери по франшизным операциям.

В 2011 г. исполнилось 20 лет с тех пор, как в Москве международными гостиничными компаниями были открыты первые отели. За это время было введено в эксплуатацию более 30 гостиниц с номерным фондом более 9 тыс. номеров. Гостиничный рынок на данный момент представлен 12 международными компаниями, восемь из которых занимают верхние строчки рейтинга наиболее крупных операторов в мире по объему совокупного номерного фонда.

В настоящее время процентное распределение номерного фонда выглядит следующим образом:

- Carlson Rezidor Hotel Group — 28 %;
- InterContinental Hotel Group — 17 %;

- Marriott International Inc. — 15 %;
- Accor Hotels — 14 %;
- Sokos Hotels — 4 %;
- Kempinski Hotels — 4 %;
- Hilton Worldwide — 3 %;
- Starwood Hotels&Resorts — 2 %;
- Hyatt Corporation — 2 %;
- другие операторы — 11 %.

Гостиничная компания InterContinental Hotels Group (IHG)

предлагает более 4,5 тыс. отелей, расположенных в 100 странах мира (с 2004 г. стала крупнейшей в мире). 2009 г. оказался рекордным для IHG: 439 новых отелей общим номерным фондом в 55 тыс. были открыты по всему миру. На сегодняшний день компании принадлежат более 600 тыс. номеров в гостиницах по всему миру, ежегодно их количество увеличивается на 5,9 %, в основном благодаря брендам InterContinental, Crowne Plaza, Hotel Indigo, Holiday Inn, Holiday Inn Express, Staybridge Suites, Candlewood Suites, а также из-за роста числа гостиниц Crowne Plaza и появления в Европе Staybridge Suites и Indigo boutique отелей.

Гостиничная сеть Holiday Inn включает гостиницы различного класса (1 788 предприятий гостиничного сервиса), в основном это недорогие гостиницы для туристов с познавательными и деловыми целями. В основу сети был положен принцип создания гостиниц, ориентированных на семьи: чистота, простое обслуживание, две двухспальные кровати в каждом номере, полное питание и бесплатное обслуживание для детей.

Все номера гостиниц сети Holiday Inn оборудованы цветным телевизором, дополнительно могут быть установлены детская коляска, кровать-ясли, доска для глажения пеленок и др., постельное белье меняется через день или ежедневно. Все гостиницы имеют либо бассейн, либо гимнастические залы и согласно стандартам бренда на каждые 200 номеров один должен быть полностью оборудован для людей с ограниченными возможностями. Так, например, в Holiday Inn Sokolniki (523 номера) данная норма превышена — таких номеров шесть. Они соединены дополнительной дверью с соседним стандартным номером, что удобно для сопровождающих. В номер легко заехать на коляске.

Цепь Holiday Inn предлагает целый пакет товаров индустрии гостеприимства, включая отели с казино и рестораны Holiday Inn Express.

В Москве гостиничную корпорацию IHG представляют гостиницы: InterContinental Tverskaya, Crowne Plaza World Trade Centre,

Holiday Inn Lesnaya, Holiday Inn Sushevsky, Holiday Inn Simonovsky, Holiday Inn Sokolniki и Holiday Inn Vinogradovo.

Гостиничная компания InterContinental Hotels Group сделала ставку на Россию, включив ее в четверку приоритетных стран для развития в Европе. В ближайшие восемь лет группа надеется открыть 100 отелей в России и СНГ, в перспективе открытие отелей сети InterContinental в Китае, Таиланде, Португалии, Катаре и Аргентине.

Гостиничная компания Marriott International имеет гостиницы самых разнообразных типов, учитывающие различные группы клиентов и их материальные возможности:

- Marriott Hotels and Resorts — отели с полным набором услуг, управляются через франшизу или самостоятельно;
- Renaissance Hotels and Resorts — отели предоставляют полный набор услуг средств размещения для бизнес-туристов и отдыхающих;
- Marriott Conference Centers — полносервисные отели для проведения конференций и встреч;
- Courtyard by Marriott — отели с относительно низкой ценой, крупнейший в портфолио брендов Marriott International, более 910 отелей, расположенных в 36 странах мира. Например, Courtyard by Marriott Moscow Paveletskaya является шестым отелем бренда Courtyard в России;
- Fairfield Inn by Marriott — подразделение компании, отвечающее за сеть отелей эконом-класса;
- SpringHill Suites — подразделение компании, отвечающее за сеть отелей среднего и высшего класса, направленное на обслуживание бизнес-туристов и отдыхающих, особенно женщин и детей;
- Residence Inn by Marriott — лидер в сегменте отелей с длительным проживанием;
- TownePlace Suites — подразделение компании, отвечающее за сеть отелей с относительно низкой ценой с длительным проживанием гостей;
- Marriott ExecuStay — подразделение компании, предоставляющее средства размещения на один месяц и больше;
- Marriott Executive Apartments — подразделение компании, предоставляющее размещение деловым туристам на срок от 30 дней;
- Marriott Vacation Club International — система таймшера. Гость может купить неделю отдыха в отеле этого класса, система включает 38 эксклюзивных курортов;

- Ritz-Carlton — ведущий гостиничный бренд в сегменте отелей класса люкс.

На сегодняшний день в гостиничную компанию входит 3,5 тыс. отелей, в ближайшие три года планируется открытие еще 200 отелей по всему миру.

Сейчас в России работают 14 гостиниц группы Marriott International, в том числе три отеля на 418 номеров в Петербурге. К 2015 г. компания планирует построить 30 отелей, среди них один новый отель на 200 номеров в Пулково.

В Москве гостиничную корпорацию Marriott International представляют гостиницы: Ritz-Carlton, Marriott Royal Aurora Hotel, Marriott Grand Hotel, Marriott Tverskaya Hotel, Courtyard City Center, Courtyard Paveletskaya, Renaissance Hotel, Renaissance Monarch Centre Hotel.

Компания утверждает, что каждый год растет на 4,7 % и в ближайшее время имеет планы построить 800 отелей и добавить к существующим 500 тыс. номеров еще 125 тыс. Также инвестировать значительные средства в уже существующие бренды, охватывающие все ниши гостиничного бизнеса от бюджетных вариантов для небогатых туристов до роскошных отелей для притязательных VIP-персон.

Международная гостиничная сеть The Rezidor Hotel Group, ранее Rezidor SAS, является одной из самых развивающихся и быстро растущих гостиничных сетей в мире, так как одним из условий успешной деятельности компании является внедрение инновационных технологий

На сегодняшний день The Rezidor Hotel Group обладает большим количеством отелей повышенной комфортности и высокого класса, представленных перспективными брендами. Портфолио компании включает гостиницы следующих брендов:

- Radisson Blu;
- Country Inn;
- Hotel Missoni;
- Park Inn by Radisson;
- Regent.

Каждый бренд отличается собственным стилем и индивидуальностью и имеет отели по всей Европе, Ближнему Востоку и Африке.

В настоящее время The Rezidor Hotel Group управляет более 400 отелями с 87 тыс. гостиничных номеров, среди которых действующие и строящиеся объекты в более 60 странах мира.

В Москве гостиничную сеть The Rezidor Hotel Group представляют гостиницы: Radisson Slavyanskaya Hotel and Business Centre, Park Inn Sadu, Park Inn Sheremetyevo Airport, Radisson SAS Belorus-

skaya Hotel, Radisson SAS Riverside Hotel, Radisson SAS Olympisky Hotel и Radisson Royal Hotel.

Международный гостиничный оператор The Rezidor Hotel Group и компания ООО «Региональная гостиничная сеть» (Regional Hotel Chain LLC, RHC) подписали стратегическое соглашение об открытии как минимум 20 отелей под брендом Park Inn на территории Российской Федерации.

Французский гостиничный оператор Accor Group располагает почти 500 тыс. номеров и растет на 3,7 % в год; юбилейный 800-й отель под брендом Ibis был открыт в Шанхае. За 40 лет своей работы задействовал 3,5 тыс. отелей в 90 странах мира. Портфолио Accor Group включает отели следующих брендов:

- Sofitel — отели класса люкс;
- Pullman — отели высшего класса;
- Novotel — стандартизированные отели верхнего сегмента среднего класса;
- Mercure — отели среднего класса;
- Ibis — стандартизированные отели эконом-класса;
- All Seasons — отели эконом-класса;
- Etap и Formula 1 — стандартизированные бюджетные отели;
- Motel 6 — стандартизированные бюджетные мотели в США и Канаде.

В России компания открыла первый отель под брендом Mercure — Mercure Arbat Moscow (4*, 109 номеров, в том числе 18 номеров категории privilege и 4 номера lux) и планирует открытие отелей в Липецке, Сочи и Тюмени.

В 2014 г. сеть предполагает вывести на российский рынок бренд Adagio. Основным партнером Accor в России является Russian-HotelsInvestments. В Москве компания представлена тремя брендами: Novotel, Ibis и Mercure, тремя гостиницами: «Новотель Центр», «Ibis Павелецкая» и Mercure Arbat, и одной в ближнем Подмосковье (Novotel в аэропорту Шереметьево — первая гостиница под управлением Accor в России).

Корпорация Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. является одной из самых крупных интернациональных компаний в индустрии гостеприимства и отдыха, объединяет 1 112 тыс. отелей в более чем в 100 странах. В мировом масштабе деятельность компании, прежде всего, сфокусирована на элитном сегменте отельной индустрии: отелях и курортах повышенной комфортности класса «люкс».

Компания Starwood управляет отелями и курортами как непосредственно, так и через дочерние компании. Она является соб-

ственником, оператором и правообладателем отелей, курортов и резиденций таких брендов, как:

- St. Regis;
- The Luxury Collection;
- W, Westin;
- Le Meridien;
- Sheraton;
- Four Points by Sheraton;
- Aloft;
- Element.

Благодаря своим знаменитым брендам корпорация Starwood широко представлена на основных мировых рынках. Более того, в настоящее время корпорация также предлагает отдых по программе таймшера «Starwood Vacation Ownership Inc» на 12 курортах.

В настоящее время Starwood представлен в России и странах СНГ пятью отелями, в числе которых гостиница «Националь» (отель сети The Luxury Collection) и Sheraton Palace Hotel в Москве, недавно открывшийся W St. Petersburg, Sheraton Baku Airport в Азербайджане и «украинский» Four Points By Sheraton.

Гостиницы компании Hilton имеют звездную категоризацию, оборудованы Wi-Fi. Согласно стандартам Hilton, в каждом номере любой из гостиниц цепи предоставляется как минимум: кондиционер, кабельное телевидение, спутниковая связь, мини-бар, фен, махровый халат, шампунь. Бренды, принадлежащие компании, объединяют более чем 3 800 отелей и 630 тыс. номеров в 88 странах. Так, например, за 2008 г. сеть увеличилась на 300 новых объектов, причем растет компания в основном за счет просторов США.

В компанию входят такие бренды, как:

- Waldorf Astoria Hotels & Resorts;
- Conrad Hotels & Resorts;
- Hilton Hotels & Resorts;
- DoubleTree by Hilton;
- Embassy Suites Hotels;
- Hilton Garden Inn;
- Hampton Hotels;
- Homewood Suites by Hilton;
- Home2 Suites by Hilton;
- Hilton Grand Vacations.

В России компания представлена тремя отелями, действующими по франшизе: Hilton Moscow Leningradskaya (открыта после реконструкции в 2008 г., Москва), Hilton Garden Inn Perm

(Пермь), DoubleTree by Hilton Novosibirsk (Новосибирск) и возводится отель Hilton в Краснодаре.

Гостиничная цепь Hyatt предоставляет гостям индивидуальные услуги и роскошные условия проживания в каждом из 400 отелей в 45 странах по всему миру, активно занимается развитием курортных зон и является признанным лидером в организации отдыха детей и подростков (в 1980 г. были введены бренды Camp Hyatt и Roch Hyatt). Бренды в гостиничной цепи Hyatt:

- Hyatt Regency является самой старой маркой в цепи гостиниц Hyatt, имея в собственности Клуб Regency;
- Grand Hyatt имеет более высокие стандарты, чем типичные гостиницы Regency, расположены в столичных городах. У некоторых гостиниц Grand Hyatt, таких как Grand Hyatt Сан-Франциско, также есть Regency club;
- Park Hyatt — это бренд премиум класса среди гостиниц сети Hyatt;
- Hyatt Resorts — могут быть частью Grand, Park или Regency в зависимости от предназначения;
- Hyatt Place — новые высококлассные гостиницы, в обустройстве которых особое значение придается дизайну и функциональности, чтобы привлечь деловых путешественников;
- Hyatt Summerfield Suites — расширенное дополнение к сети гостиниц группы Hyatt. Suites полностью снабжены «полными» кухнями (территорией со стандартным кухонным набором техники) и отдельными жилыми областями. На территории США построено 20 гостиниц Hyatt Summerfield;
- Andaz — новый бренд, начал развиваться с апреля 2007 г. Название с хинди переводится как «персональный стиль». Andaz предлагает «очень функциональную окружающую среду, характеризованную изощренностью, инновационным дизайном, местной идентичностью, элегантностью и обслуживанием, которое является внимательным, но не претенциозным». Первая гостиница этой марки — The Great Eastern Hotel в Лондоне, за ней последуют отели в Нью-Йорке и Остине, штат Техас.

В Москве компания управляет отелями «Арапат Парк Хаятт», Grand Hyatt Residences and Spa, который расположен в Комплексе «Федерация».

Компания Best Western Hotels более известная в Европе, особенно во Франции, в последнее время замедлила свое развитие на 1 %. Несмотря на это, она продолжает строить объекты в ОАЭ и Китае. Компания остается крупнейшей в мире по числу объектов, насчитывая более 4 тыс. гостиниц в 83 странах. Кроме собствен-

ных стандартов качества Best Western Hotels применяет и свою систему классификации средств размещения Motel, Motor Inn, Hotel, All Suite, Resort.

В Москве компания управляет отелями Country Resort Hotel (открытие в 2001 г., реставрация в 2011 г.) и Vega Hotel & Convention Center (гостиница «Вега» 3*, 967 номеров, вступившая в гостиничную ассоциацию Best Western в 2011 г.).

Гостиничная сеть Kempinski Hotels. В 1897 г. были построены первые роскошные гранд-отели и основана компания по управлению отелями Hotelbetriebs-Aktiengesellschaft. На сегодняшний день под управлением Kempinski находятся свыше 60 отелей в Европе, Азии, Африке и Южной Америке. Kempinski Hotels & Resorts располагает не только изысканными городскими отелями, но и роскошными отелями-курортами. Изюминка отеля — безукоризненный уровень сервиса, включающий в себя услуги консьержа.

В настоящее время сеть Kempinski Hotels имеет три отеля в России (в Санкт-Петербурге, в Москве — Hotel Baltshug Kempinski, Геленджике — «Кемпински Гранд Отель»).

В 2013 г. сеть Kempinski Hotels открыла еще одну гостиницу в Москве. Новый отель «Кемпински» (210 номеров) расположился на пересечении Никольской улицы, Лубянской площади, Малого и Большого Черкасского переулков. Под управлением компании к 2012 г. в Европе были открыты 44 отеля, на Ближнем Востоке и в Африке — 29 отелей, в Китае — 21 отель.

Wyndham Hotel Group — один из крупнейших в мире гостиничных операторов. Гостиничная сеть Wyndham Hotel Group включает около 7 тыс. отелей и 583 тыс. номеров в 67 странах. В портфолио гостиничной сети входят такие бренды: Wyndham, Ramada, Days Inn, Super 8, Wingate by Wyndham, Baymont Inn & Suites, Microtel Inns and Suites, Hawthorn Suites, Howard Johnson, Travelodge, Knights Inn и AmeriHost Inn. Отели сети находятся в частной собственности и управляются независимо или непосредственно компанией Wyndham Hotel Management.

В 2011 г. в Москве открылся первый отель Ramada Moscow Domodedovo, расположенный в 5 км от аэропорта «Домодедово». Номерной фонд гостиницы включает 134 номера, в том числе категории стандарт, люкс и бизнес-люкс, а также специально оборудованные номера для людей с ограниченными физическими возможностями.

Развитие туризма непосредственно связано с развитием и состоянием гостиничного хозяйства, следовательно, задача развития сферы гостеприимства в Москве очень актуальна.

В советское время крупнейшие в индустрии гостеприимства организации «Интурист», «Спутник» и ВЦСПС создали национальные гостиничные цепи, хорошо известные как на внутреннем, так и на внешнем гостиничном рынке. Затем наступило тяжелое время для экономики страны в эпоху революционных политических преобразований. Разрушение действующей системы в туристской отрасли, а значит, и в гостиничном секторе.

В середине 1990-х гг. наметились тенденции к возрождению въездного, а позднее и внутреннего туризма как отрасли, и соответственно к возрождению важнейшей ее составляющей — гостиничного сектора.

В октябре 1997 г. в Москве была создана первая гостиничная цепь — «Норд-отель». **«Норг-отель»** — это добровольное объединение двенадцати гостиничных предприятий различной организационно-правовой формы Северо-Восточного административного округа Москвы и ГАО «Москва». Функционирование ЗАО «Норд-Отель» позволило сделать вывод, что гостиничные цепи нужны городу и город будет их создавать с учетом практических результатов, полученных в ходе деятельности этой цепи и опыта мировых гостиничных цепей. На начало 2008 г. в России работало порядка 260 гостиниц в составе сетевых цепей.

Azimut Hotels — гостиничная сеть, действующая на территории России и европейских государств, специализируется на управлении и развитии объектов индустрии гостеприимства. Компания основана в 2004 г., управляет гостиницами под брендом Azimut, находящимися в собственности, на основании контракта на управление и на правах долгосрочной аренды.

С момента приобретения первого отеля в Самаре в 2004 г. объем сети увеличился до 34 гостиниц категории «3—4 звезды», расположенных в основных городах России, Германии и Австрии, с суммарным номерным фондом более 5,5 тыс. номеров.

В 2010 г. гостиничная компания Azimut Hotels решила попробовать себя в новом сегменте рынка отелей для отдыха под брендом Azimut Resort. Первый такой объект — загородный отель «Новый берег» расположен на Пироговском водохранилище в Подмосковье. В августе 2010 г. состоялись официальные открытия трех отелей сети Azimut Hotels в Европе — «Азимут Отель Дрезден», «Азимут Отель Нюрнберг» и «Азимут Отель Эрдинг». В 2011 г. оборот компании составил более 3,2 млрд руб. В 2012 г. в ходе аукциона владелец сети Azimut Hotels выкупил гостиницу «Метрополь», а в 2013 г. купил гостиницу Renaissance Moscow Olympic. Отель на Олимпийском проспекте в Москве стоимостью

до 170 млн. долларов США считается одним из самых привлекательных гостиничных активов столицы.

В табл. 1.1 указаны отели под управлением Azimut Hotels в России, в Европе компания представлена в Берлине, Гамбурге, Франкфурте, Мюнхене, Дрездене, Эрдинге, Нюрнберге, Кельне, Затледте и Вене.

Heliopark Hotels & Resorts — гостиничная сеть, занимающая к концу 2000-х гг. 1,5 % отечественного гостиничного рынка, появилась на рынке в 2001 г. Сейчас управляет 16 отелями: 14 отелей (четыре из них в собственности) в России: Москва, Подмосковье, Псков, Анапа, Ейск, Челябинск, Сочи; на Украине (Ялта) и гостиница на 71 номер в Баден-Бадене (Bad-Hotel zum Hirsch, Германия).

Amaks Grand Hotels — гостиничная сеть, специализирующаяся на развлекательных центрах, была создана в 2004 г. тремя предпринимателями из Перми — Дмитрием Златкиным, Александром Аспидовым и Валерием Гараевым. На сегодня именно им принадлежит контрольный пакет акций сети.

Сеть отелей Amaks Grand Hotels управляет 22 отелями класса «3—4 звезды». В числе гостиниц сети: конгресс-отели, гостинично-

Таблица 1.1. Отели гостиничной компании Azimut Hotels в России

№ п/п	Название отеля	Город	Число номеров
1	«Azimut Отель Астрахань»	Астрахань	242
2	«Azimut Отель Воронеж»	Воронеж	337
3	«Azimut Отель Владивосток»	Владивосток	627
4	«Azimut Отель Кострома»	Кострома	90
5	«Azimut Отель Самара»	Самара	242
6	«Azimut Отель Санкт-Петербург»	Санкт-Петербург	1047
7	«Azimut Отель Уфа»	Уфа	185
8	«Azimut Отель Новосибирск»	Новосибирск	259
9	«Azimut Отель Ставрополь»	Ставрополь	200
10	«Azimut Отель Нижний Новгород»	Нижний Новгород	157
11	Azimut Moscow Tulskaaya Hotel	Москва	144
12	«Azimut Отель Арктика»	Мурманск	190

развлекательные комплексы, отели-санатории. Общий номерной фонд превышает 3 тыс. номеров. Политика Amaks Grand Hotels — приобретение старых отелей советского образца с последующей реконструкцией и оптимизацией сервиса. Сеть позиционирует сервис своих отелей как экономичный вариант с расширенным набором услуг.

«Интурист Отель Групп» является управляющей компанией, основанной в 2003 г. в виде самостоятельного бизнес-направления туроператора ВАО «Интурист». Основными направлениями деятельности и приоритетами компания называет строительство новых отелей и управление действующими гостиницами в России и за рубежом с целью увеличения номерного фонда. Владеет отелями в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Петрозаводске, на побережье Черного моря, в городах «Золотого кольца» России и за рубежом.

В собственности сети отелей «Интурист Отель Групп» только одна гостиница — «Космос», находящаяся в Москва (60 % акций). С 18 апреля 2011 г. «Интурист» прекратил участие в управлении гостиницей «Пекин», продав 100 % акций компании ОАО «Бэйджинг-Инвест». В портфолио ВАО «Интурист» входят гостиницы в управлении или аренде: «Московский Тракт» (г. Ростов), «Москва» (г. Углич), «Октябрьская» (г. Нижний Новгород), «Северная» (г. Петрозаводск), «Алтай Village» (г. Горно-Алтайск), «Савой» — Savoy Westend Hotel (г. Карловы Вары), Justiniano Hotel Belek (Белек, Анталия, Турция), The Maxim Resort Hotel (Кемер, Турция).

Maxima Hotels — одна из самых молодых и быстроразвивающихся компаний. Существует на рынке гостиничной индустрии с 2004 г., сегодня она превратилась в один из самых быстрорастущих и динамично развивающихся брендов, под которым успешно функционирует четыре отеля в Москве: «Максима Заря», «Максима Ирбис», «Максима Славия» и «Максима Панорама». Общий номерной фонд компании составляет 511 номеров. Все гостиницы относятся к категории «3 звезды».

Отличительной особенностью сети Maxima Hotels является единый центр бронирования и одинаковые для каждого отеля высокие стандарты обслуживания гостей.

UMACO (Universal Management and Consulting Company) — российский гостиничный оператор и девелопер объектов коммерческой недвижимости. ЮМАКО была создана в 1997 г., является лидером в области создания и управления объектами коммерческого назначения на рынке гостиничной недвижимости России.

Известна как консультант гостиничных и многофункциональных проектов недвижимости в Москве и других городах России. Основатель одного из первых частных отелей в России «Катерина Сити» Москва (120 номеров, открыта в 1998 г.). ЮМАКО ввела 100 % некурящую политику во всех отелях сети «Катерина» (2009 г.). Цель компании — построение современной, востребованной и финансово привлекательной гостиничной сети под брендом «Катерина».

Будущее в индустрии гостеприимства за развитием внутринациональных гостиничных цепей, которые за счет здоровой конкурентной борьбы повысят качество предоставляемых услуг и снизят цены на эти услуги, что позволит существенно увеличить потоки всех типов туристов во въездном и внутреннем секторах туризма.

1.2. КЛАССИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЦ. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

В 2003 г. приказом Минэкономразвития России от 21.06.2003 № 197 был принят нормативно-правовой документ «Система классификации гостиниц и других средств размещения», который устанавливает цели, организационную структуру и порядок проведения работ в Системе классификации гостиниц и других средств размещения на категорию «5 звезд», «4 звезды», «3 звезды», «3 звезды» и «1 звезда».

С 2005 по 2010 гг. в России действовала классификация, введенная приказом Федерального агентства по туризму от 21 июля 2005 г. № 86 «Об утверждении Системы классификации гостиниц и других средств размещения». Приказом Минспорттуризма России от 9 декабря 2010 г. № 1337 эта классификация отменена, а приказом от 25 января 2011 г. № 35 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи» утверждена новая классификация.

Классификация средств размещения, согласно которой присваиваются категории «звездности», является добровольной, однако для сочинских гостиниц и отелей она стала обязательной в связи с Олимпиадой 2014 г.

Классификация включает:

- рассмотрение аккредитованной организацией заявления и документов, предусмотренных соответствующей системой классификации;
- оценку соответствия объекта туристской индустрии установленным требованиям;
- оформление результатов оценки объектов туристской индустрии;
- принятие решения о присвоении объекту туристской индустрии соответствующей категории.

Объект туристской индустрии, прошедший классификацию, один раз в два года подтверждает присвоенную категорию путем проведения оценки аккредитованной организацией соответствия требованиям категории, установленным в системе классификации.

Присваивая звезду отелю, комиссия учитывает российские законы в сфере туристической индустрии и рекомендации Всемирной туристской организации ООН (UNWTO). Если, например, отель претендует на «5 звезд», он должен иметь конференц-зал, бассейн, ресторан и медкабинет. Если система кондиционирования не будет работать круглосуточно или в отеле не будет ночного клуба, такой гостинице выше «3 звезд» не присвоят. Если у отеля не горит вывеска над входом или он не защищен от дождя козырьком, на хороший результат отель может не рассчитывать.

В соответствии с ГОСТ Р 51185—2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» классификация средств размещения (система классификации) — это система, позволяющая проводить оценку стандартов качества средства размещения, а также его оснащения, оборудования и предоставляемых им услуг.

Средству размещения, прошедшему оценку в соответствии с этой системой, присваивается категория — от одной до пяти «звезд».

ГОСТ Р 51185—2008 регулирует порядок классификации гостиниц и других средств размещения (процедуру, включающую проведение оценки соответствия гостиниц и других средств размещения требованиям, установленным в Системе, и аттестацию их на соответствующую категорию). Классификация гостиницы осуществляется на добровольной основе.

Согласно данным Мосгорстата, по критерию комфортности и уровню предоставляемых услуг в 2010 г. московские гостиницы сегментировались следующим образом: 5* — 18 гостиниц, 4* — 21 гостиница, 3* — 46 гостиниц, 2* — 13 гостиниц, 1* — 1 гостиница и 94 гостиницы без категории, а на 01 октября 2013 г. в Москве на-

считывалось гостиниц : 5* — 22, 4* — 41, 3* — 74, 2* — 6, 1* — 5, без категории — 18 и 134 мини-отеля. За три года изменения довольно заметные.

Категория «1 звезда» обычно удовлетворит самостоятельных туристов. Такие гостиницы состоят из 6—10 номеров, в которых есть минимум мебели и удобств. Обслуживанием занимается небольшое количество человек, питание не включено. Также существует лимит по времени входа, например после часа ночи гости могут не впустить в гостиницу.

«1 звезда» присваивается дешевой гостинице с минимумом услуг. Номера однотипны и рассчитаны на 2, 3 или 4 человека. Такой бюджетный вариант подразумевает присутствие туалета, ванной, телевизора и холодильника на этаже. Ежедневная уборка номеров в ряде случаев не входит в перечень услуг, полотенце меняют раз в три дня, а постельное белье — каждые пять дней. В номере отсутствует телефон и кондиционер. В гостинице имеется бытовая комната, где можно погладить и постирать одежду.

В гостинице «2 звезды» имеется кафе либо ресторан, а также несколько типов номеров. Помимо этого, постояльцам может предоставляться услуга обслуживания в номере во время завтрака. Номера в такой гостинице убираются ежедневно, предоставляются услуги химчистки и чистки обуви. Что же касается остальных удобств, то двухзвездочные гостиницы мало чем отличаются от гостиниц с одной звездой.

В отеле «3 звезды» уже гораздо комфортнее, поскольку телевизор, холодильник, санузел и кондиционер находятся в каждом номере. Отели, близкие по стандартам к трехзвездной категории, — оптимальный выбор для большинства путешествующих туристов. Это самая распространенная во всем мире разновидность отелей. Постельное белье здесь меняют один раз в три дня, а полотенца — ежедневно. В номерах есть ковры, наборы принадлежностей для письма. Номера бывают одноместные и двухместные как с одной большой кроватью, так и с двумя отдельно стоящими. Есть трехместные номера для родителей с ребенком: обычно это двухместный номер с дополнительной кроватью или с раскладывающимся диваном.

Перечень бытовых услуг также расширен: постояльцам предлагается мелкий ремонт и стирка одежды, обслуживание в номерах. На территории отеля имеется автостоянка, обмен валюты, бизнес-центр, тренажерный зал. Персонал гостиницы оказывает услуги по бронированию железнодорожных и авиабилетов, а вариант питания клиент выбирает самостоятельно.