

**ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПО ТЕМЕ „АМЕРИКАНСКАЯ
КОНЦЕПЦИЯ ГОСТИНИЦЫ”
АРКАДОВА КИРИЛЛА**



КОНЦЕПЦИЯ ГОСТИНИЦЫ – ЭТО ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ДОКУМЕНТ, ДАЮЩИЙ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА РЫНКА ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ТОМ, КАКАЯ ЖЕ БУДЕТ В ПРЕДПОЛАГАЕМОМ МЕСТЕ ГОСТИНИЦА ИЛИ ДРУГОЙ ОБЪЕКТ ГОСТЕПРИИМСТВА, КАКОЙ ДОЛЖЕН БЫТЬ БУДУЩИЙ ОТЕЛЬ, ЧТОБЫ ОН БЫЛ НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАН, КАКОВА ДОЛЖЕН БЫТЬ ЕГО СТРУКТУРА, ОБЪЕМ НОМЕРНОГО ФОНДА И СПЕКТР УСЛУГ.

- Концепция отеля, обычно включает в себя следующие разделы:
- анализ местного рынка гостеприимства (включая аналитику туристических и деловых потоков, изучение конкурентов и основных потребителей гостиничных услуг, оценку потенциала региона с точки зрения гостеприимства, выявление текущих средних показателей ADR, загрузки и др.);
- рекомендации по позиционированию объекта (анализ местоположения будущего отеля, определение целевой аудитории, требуемого качества и ассортимента предоставляемых услуг, оценка рисков, SWOT-анализ по объекту и др.)
- рекомендации по основным характеристикам объекта гостеприимства (дизайнерские и стилевые решения, зонирование площадей комплекса, объем и структура номерного фонда, перечень дополнительных центров доходности гостиницы (ресторан, SPA-центр и др.), политика ценообразования и продаж, маркетинговая политика).



ПО МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЮ ГОСТИНИЦЫ МОГУТ БЫТЬ:

- 1) **РАСПОЛОЖЕННЫЕ В ЧЕРТЕ ГОРОДА (В ЦЕНТРЕ, НА ОКРАИНЕ). ЦЕНТРАЛЬНЫМИ ЯВЛЯЮТСЯ ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ ГОСТИНИЦЫ ДЕЛОВОГО НАЗНАЧЕНИЯ, ОТЕЛИ-ЛЮКС, ГОСТИНИЦЫ СРЕДНЕГО КЛАССА;**
- 2) **РАСПОЛОЖЕННЫЕ НА МОРСКОМ ПОБЕРЕЖЬЕ. В ДАННОМ СЛУЧАЕ ОЧЕНЬ ВАЖНЫМ ЯВЛЯЕТСЯ РАССТОЯНИЕ ДО МОРЯ (50 МЕТРОВ, 100, 150, 200, 250, 300);**
- 3) **РАСПОЛОЖЕННЫЕ В ГОРАХ. ОБЫЧНО ЭТО НЕБОЛЬШИЕ ГОСТИНИЦЫ В ЖИВОПИСНОЙ ГОРНОЙ МЕСТНОСТИ НА ТУРИСТСКОМ МАРШРУТЕ В НАИБОЛЕЕ УДОБНОМ МЕСТЕ ОТДЫХА. В ГОРНОЙ ГОСТИНИЦЕ, КАК ПРАВИЛО, СОДЕРЖИТСЯ НЕОБХОДИМОЕ СНАРЯЖЕНИЕ ДЛЯ ЛЕТНЕГО И ЗИМНЕГО ОТДЫХА ЕЕ ГОСТЕЙ, НАПРИМЕР АЛЬПИНИСТСКИЙ И ГОРНОЛЫЖНЫЙ ИНВЕНТАРЬ, ПОДЪЕМНИКИ И ДР.**

ПО ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ РАБОТЫ ГОСТИНИЦЫ ПОДРАЗДЕЛЯЮТСЯ НА:

- 1) **РАБОТАЮЩИЕ КРУГЛОГОДИЧНО;**
- 2) **РАБОТАЮЩИЕ ДВА СЕЗОНА;**
- 3) **ОДНОСЕЗОННЫЕ.**

ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПИТАНИЕМ РАЗЛИЧАЮТ:

ГОСТИНИЦЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ПОЛНЫЙ ПАНСИОН (РАЗМЕЩЕНИЕ + 3-РАЗОВОЕ ПИТАНИЕ);

ГОСТИНИЦЫ, ПРЕДЛАГАЮЩИЕ РАЗМЕЩЕНИЕ И ТОЛЬКО ЗАВТРАК.

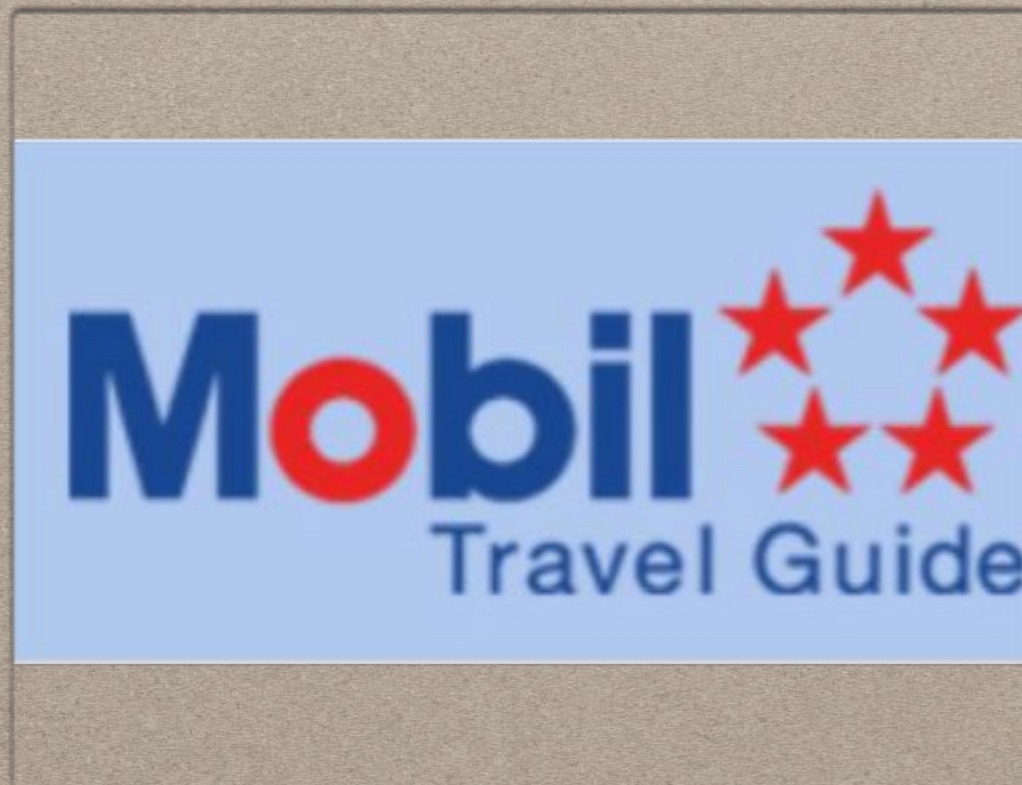
ПО ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ ПРЕБЫВАНИЯ ГОСТЕЙ РАЗЛИЧАЮТ ГОСТИНИЦЫ:

- 1) **ДЛЯ ДЛИТЕЛЬНОГО ПРЕБЫВАНИЯ КЛИЕНТОВ;**
- 2) **ДЛЯ КРАТКОВРЕМЕННОГО ПРЕБЫВАНИЯ.**

ПО УРОВНЮ ЦЕН НА НОМЕРА ГОСТИНИЦЫ КЛАССИФИЦИРУЮТ НА:

БЮДЖЕТНЫЕ (25—35 ДОЛЛАРОВ США);

В США НЕТ ОФИЦИАЛЬНО УТВЕРЖДЕННОЙ ПРАВИТЕЛЬСТВОМ КЛАССИФИКАЦИИ ГОСТИНИЦ. ПО УРОВНЮ КОМФОРТА ОНИ ОБЫЧНО ДЕЛЯТСЯ НА ПЯТЬ КАТЕГОРИЙ. ВЫСШАЯ КАТЕГОРИЯ (ПЯТЬ ЗВЕЗД) ПРИСУЖДАЕТСЯ ДВУМЯ УЧРЕЖДЕНИЯМИ: AMERICAN AUTOMOBILE ASSOCIATION (AAA) И MOBILE TRAVEL GUIDE.



**СОБСТВЕННЫЙ ПОДХОД К
КЛАССИФИКАЦИИ ГОСТИНИЦ
ИМЕЮТ ГОСТИНИЧНЫЕ ЦЕПИ.
ОБЫЧНО В НИХ
ВЫДЕЛЯЮТСЯ НЕ КАТЕГОРИИ,
А МАРКИ,
РАСПРОСТРАНЯЮЩИЕСЯ НА
ВСЕ ГОСТИНИЦЫ
КОНКРЕТНОЙ ЦЕПИ**

КРУПНЕЙШАЯ АМЕРИКАНСКАЯ ГОСТИНИЧНАЯ ЦЕПЬ "HOLIDAY INN" ПРИ ВЫДЕЛЕНИИ МАРОК УЧИТЫВАЕТ НЕ ТОЛЬКО УРОВЕНЬ КОМФОРТА, НО И НАЗНАЧЕНИЕ, МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЕ, ДЛИТЕЛЬНОСТЬ ПРЕБЫВАНИЯ КЛИЕНТОВ И НЕКОТОРЫЕ ДРУГИЕ КРИТЕРИИ. ОНА ПРЕДПОЛАГАЕТ СЛЕДУЮЩИЕ МАРКИ:

— GARDEN COURT — ГОСТИНИЦЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КЛАССА;

— HOLIDAY INN EXPRESS — ГОСТИНИЦЫ КВАРТИРНОГО ТИПА (АПАРТ-ОТЕЛИ);

— HOLIDAY INN SAN SPRI RESORTS — КУРОРТНЫЕ ГОСТИНИЦЫ ДЛЯ ЛИЦ С ВЫСОКИМИ ДОХОДАМИ;

— HOLIDAY INN SELECT — ГОСТИНИЦЫ ДЛЯ ДЕЛОВЫХ ЛЮДЕЙ;

— HOLIDAY INN HOTELS E.T.C. — ГОСТИНИЦЫ, ДЕСЯТЬ ПРОЦЕНТОВ НОМЕРНОГО ФОНДА КОТОРЫХ ПРЕДСТАВЛЯЮТ АПАРТАМЕНТЫ ДЛЯ ДЕЛОВЫХ ЛЮДЕЙ, НО С ДЛИТЕЛЬНЫМ ПРЕБЫВАНИЕМ.

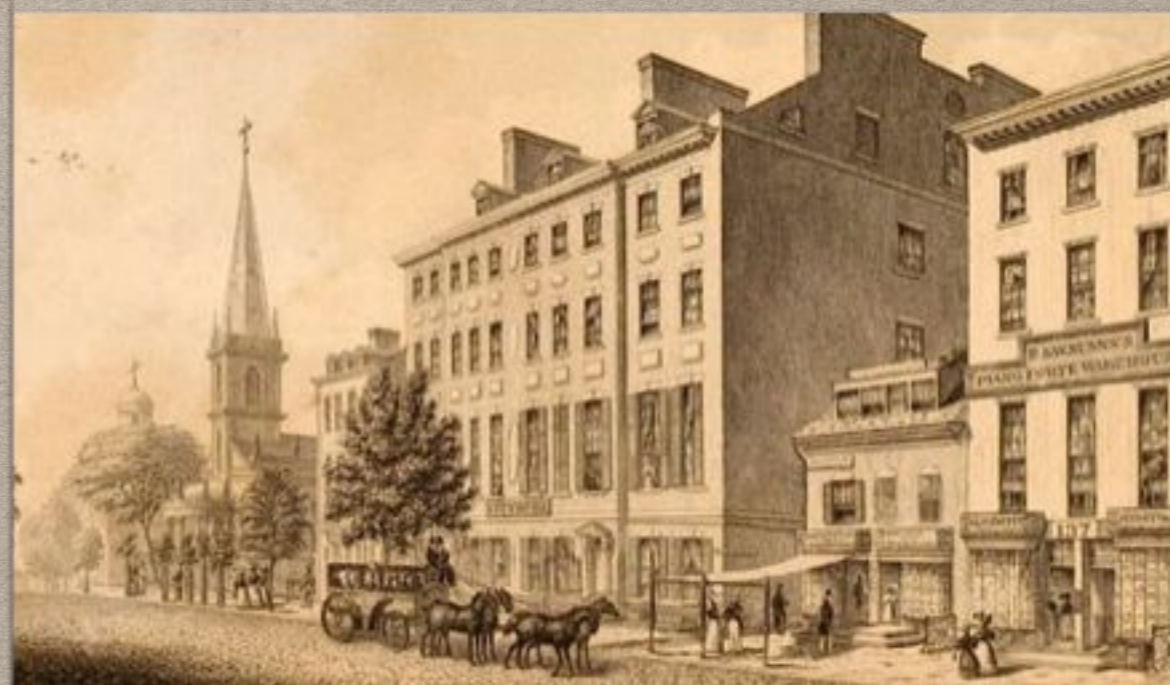
В РЯДЕ СЛУЧАЕВ НАЗВАНИЯ МАРОК ГОСТИНИЦ НЕ ДАЮТ ПОТРЕБИТЕЛЮ СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ ИНФОРМАЦИИ, ВСЛЕДСТВИЕ ЧЕГО ТУРОПЕРАТОРЫ СТАЛИ ПРОВОДИТЬ УСЛОВНОЕ СООТНОШЕНИЕ КАЖДОЙ МАРКИ ОПРЕДЕЛЕННОМУ КОЛИЧЕСТВУ ЗВЕЗД ПО ЕВРОПЕЙСКОЙ СИСТЕМЕ. В СЛУЧАЕ С ГОСТИНИЧНОЙ ЦЕПЬЮ "АССОР" ЭТО ВЫГЛЯДИТ СЛЕДУЮЩИМ ОБРАЗОМ: SOFITEL — 5 ЗВЕЗД, NOVOTEL — 4, MERCURY — 3, IBIS — 2, ETAP — 1, FORMULE 1 — БЕЗ ЗВЕЗДЫ.



США ПРИНАДЛЕЖИТ ОСОБАЯ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА. ПО МНЕНИЮ ИСТОРИКОВ, ПЕРВЫЙ ПОСТОЯЛЫЙ ДВОР ЗДЕСЬ ПОЯВИЛСЯ ЗНАЧИТЕЛЬНО ПОЗЖЕ, ЧЕМ В ЕВРОПЕ, ЛИШЬ В 1607 ГОДУ. ОДНА ИЗ ПЕРВЫХ ТАВЕРН БЫЛА ОТКРЫТА В БОСТОНЕ В 1634 ГОДУ. В 1642 ГОДУ В НЬЮ-ИОРКЕ (ТОГДА ОН НАЗЫВАЛСЯ НОВЫЙ АМСТЕРДАМ) ТАВЕРНА БЫЛА ОТКРЫТА ГОЛЛАНДЦАМИ. С ЭТОГО ВРЕМЕНИ ТАВЕРНЫ СТАЛИ ЦЕНТРАМИ ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ, МЕСТОМ ВСТРЕЧ ДЛЯ СОЛДАТ И БИЗНЕСМЕНОВ. ОНИ ПРОЦВЕТАЛИ НЕ ТОЛЬКО В ГОРОДАХ, НО И ВДОЛЬ БОЛЬШИХ ДОРОГ, И ОСОБЕННО НА ПЕРЕКРЕСТКАХ.

ВСТУПИВШИЕ НА ЗЕМЛЮ АМЕРИКАНСКОГО КОНТИНЕНТА ЕВРОПЕЙСКИЕ ПЕРЕСЕЛЕНЦЫ ПРИНЕСЛИ С СОБОЙ ТОТ ОПЫТ СТРОИТЕЛЬСТВА И УПРАВЛЕНИЯ ПОСТОЯЛЫМИ ДВОРАМИ И ТАВЕРНАМИ, КОТОРЫЙ БЫЛ НАКОПЛЕН ИМИ ЗА СТОЛЕТИЯ. С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ АРХИТЕКТУРЫ, РАСПОЛОЖЕНИЯ, ПРЕДЛАГАЕМОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ АМЕРИКАНСКИЕ ПОСТОЯЛЫЕ ДВОРЫ И ТАВЕРНЫ ВО МНОГОМ НАПОМИНАЛИ ЕВРОПЕЙСКИЕ, ОТЛИЧАЯСЬ НЕЗНАЧИТЕЛЬНО. НАПРИМЕР, ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ ЛЮДЕЙ ЗДЕСЬ ОТСУТСТВОВАЛА ДИСКРИМИНАЦИЯ ПО КЛАССОВОМУ ПРИЗНАКУ. В ОТЛИЧИЕ ОТ ЕВРОПЕЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, КОТОРЫЕ ВО МНОГОМ ВЫПОЛНЯЛИ СОЦИАЛЬНУЮ ФУНКЦИЮ, АМЕРИКАНСКИЕ ТАВЕРНЫ С САМОГО НАЧАЛА СВОЕГО СУЩЕСТВОВАНИЯ В БОЛЬШОЙ СТЕПЕНИ ИМЕЛИ КОММЕРЧЕСКУЮ НАПРАВЛЕННОСТЬ, ТО ЕСТЬ СОЗДАВАЛИСЬ С ЦЕЛЮ ИЗВЛЕЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ.

ПЕРВОЙ ГОСТИНИЦЕЙ, ОТКРЫТОЙ В СОЕДИНЕННЫХ ШТАТАХ, БЫЛ 70-КОМНАТНЫЙ "СИТИ-ОТЕЛЬ" НА БРОДВЕЕ В НЬЮ-ЙОРКЕ. ЭТО ЗНАМЕНАТЕЛЬНОЕ СОБЫТИЕ ПРОИЗОШЛО В 1794 ГОДУ. В 1829 ГОДУ В БОСТОНЕ ОТКРЫЛСЯ ОТЕЛЬ "ТРЕМОНТ" — ПЕРВЫЙ В США ОТЕЛЬ ПЕРВОГО КЛАССА — С КОРИДОРНЫМИ, РЕГИСТРАТУРОЙ (РЕЦЕПЦИЕЙ), ЗАМКАМИ НА ДВЕРЯХ НОМЕРОВ И ДАЖЕ С БЕСПЛАТНЫМ МЫЛОМ ДЛЯ ГОСТЕЙ. ОТКРЫТИЕ ЭТОГО ОТЕЛЯ ПОЛОЖИЛО НАЧАЛО ГОСТИНИЧНОМУ БУМУ, ПРОНЕСШЕМОМУ В США В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ПО ГОРОДАМ ВОСТОЧНОГО ПОБЕРЕЖЬЯ, А ЗАТЕМ НА ЗАПАДЕ И ЮГЕ. К КОНЦУ XIX ВЕКА ЗДЕСЬ УЖЕ БЫЛИ РАСПРОСТРАНЕНЫ ДВА ТИПА ГОСТИНИЦ. ОДНИ БЫЛИ БОЛЬШИЕ И РОСКОШНЫЕ — НЕКОТОРЫЕ ИЗ НИХ ЯВЛЯЛИСЬ ПРОСТО АРХИТЕКТУРНЫМИ ШЕДЕВРАМИ, ИМЕЮЩИМИ ПРОСТОРНЫЙ ВЕСТИБЮЛЬ, ЗАЛ ДЛЯ БАЛОВ, ЛИФТ, САНТЕХНИКУ, ЭЛЕКТРИЧЕСКОЕ ОСВЕЩЕНИЕ И РЯД ДРУГИХ УДОБСТВ. ДРУГИЕ — МАЛЕНЬКИЕ И УСТАРЕВШИЕ, ПРЕДЛАГАЮЩИЕ УСЛУГИ ПО НИЗКИМ ЦЕНАМ.



СПИСОК РЕСУРСОВ:

[HTTPS://SMTUR.COM/SPAIN-ISPANIYA/ISTORIYA-GOSTI
NICHNOGO-BIZNESA.HTML](https://smtur.com/spain-ispaniya/istoriya-gosti-nichnogo-biznesa.html)

[HTTP://WWW.CLASSS.RU/LIBRARY/NODE/853](http://www.classs.ru/library/node/853)

[HTTPS://EN.M.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/HOLIDAY INN EXP
RESS](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Holiday_Inn_Express)

ГЛОССАРИЙ:

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ОБЪЕКТА(ГОСТИНИЧНОГО)-АНАЛИЗ МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ БУДУЩЕГО ОТЕЛЯ, ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ, ТРЕБУЕМОГО КАЧЕСТВА И АССОРТИМЕНТА ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ, ОЦЕНКА РИСКОВ, SWOT-АНАЛИЗ ПО ОБЪЕКТУ И ДР.

ГОСТИНИЧНАЯ ЦЕПЬ-ЭТО ОБЪЕДИНЕНИЯ НЕСКОЛЬКИХ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КОЛЛЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС, ОСУЩЕСТВЛЯЕМЫЙ ПОД ЕДИНЫМ РУКОВОДСТВОМ, В РАМКАХ ЕДИНОЙ КОНЦЕПЦИИ И ПОД ОБЩЕЙ ТОРГОВОЙ МАРКОЙ.

ТАВЕРНА-ИСТОРИЧЕСКИ ГОРОДСКОЙ ИЛИ ПРИДОРОЖНЫЙ ПОСТОЯЛЫЙ ДВОР, КАК ПРАВИЛО СОСТОЯЩИЙ ИЗ ХАРЧЕВНИ НА ПЕРВОМ, И КОМНАТ ДЛЯ СЪЁМА НА ВТОРОМ ЭТАЖЕ.

КЛАССИФИКАЦИЯ-ЭТО ОСМЫСЛЕННЫЙ ПОРЯДОК ВЕЩЕЙ, ЯВЛЕНИЙ, РАЗДЕЛЕНИЕ ИХ НА РАЗНОВИДНОСТИ СОГЛАСНО КАКИМ-ЛИБО ВАЖНЫМ ПРИЗНАКАМ

ВОПРОСЫ:

- 1) КАК НАЗЫВАЛАСЬ ПЕРВАЯ ГОСТИНИЦА В США?
- 2) НА СКОЛЬКО КАТЕГОРИЙ ДЕЛЯТСЯ ГОСТИНИЦЫ В США?
- 3) КАКИЕ РАЗДЕЛЫ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ КОНЦЕПЦИЯ ОТЕЛЯ?