**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ**

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образова­ния «Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет»

Филиал Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического универ - ситета в городе Твери

Кафедра\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 1**

По дисциплине:

**Технология производственных процессов в гостинице**

Содержание:

Задание 1

1.1 Основные тенденции становления и развития современного гостиничного бизнеса

1.2 Технология оформления писем-заявок на размещение

обслуживание в гостинице по безналичному расчёту

Задание 2. Пользуясь Государственным стандартом

Российской Федерации «туриско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц.» (ГОСТ Р 50645-94), определить

категорию гостиниц в следующей задаче:

Персонал гостиницы свободно владеет одним из иностранных

языков. Номера гостиницы оснащены двуспальными кроватями

размером 160 х 200 см, коврами или ковровыми покрытиями,

креслом для отдыха на каждого гостя, рекламными

материaлами, халатом банным, тапочками банными.

В гостинице имеются плавательный бассейн и сауна,

помещение для переговоров, компьютеры, телефакс

Задание 3. Пользуясь Международной гостиничной

Конвенцией, решить следующую ситуационную задачу:

Турагент, заключивший гостиничный контракт и

направивший в гостиницу группу туристов. принял на

себя обязательства no оплате счета за предоставленные

услуги. Счет был оплачен в течение 36 дней со дня

его получения. Дайте обоснованные ответы:

1) своевременно ли оплатил счет тyрагент;

2) какие суммы должен выплатить турагент в

случае про­пуска установленных сроков оплаты счета9

Задание 4. Тест для самопроверки по курсу «Технология производственных процессов в гостинице» 9

Список использованной литературы10

*Задание 1*

**1.1 Основные тенденции становления и развития современного гостиничного бизнеса**

Гостиница, неизменно обязана своим происхожде­нием именно приезжим. В большей или меньшей степени гостиничные рестораны, бары и другие услуги могут также использоваться и местным населением, но основной функцией гос­тиницы является предоставление людям, которые находятся вне до­ма, ночлега и обеспечение их основных потребностей.

В большинстве стран гостиницы играют важную роль, предостав­ляя возможности для проведения деловых встреч, совещаний и кон­ференций, а также для отдыха и развлечений. Гостиницы выполняют также важную роль привлечении рабочей си­лы, обеспечивая тысячи рабочих мест по многим специальностям, формирующим целые гостиничные отрасли. Гостиницы являются также важными точками розничной продажи продукции других отраслей.

За много веков гостиничный бизнес претерпел разные модели: от семейного владения до участия в междуна­родных отельных сетях. Сегодня в Америке 70% отелей объединены в сети, в Европе - 16%, в России пока только появляются первые гостинич­ные группы. Сейчас в мире свыше 100 гостиничных цепей с общим но­мерным фондом 2200 тыс. номеров.

Жесткая конкуренция на рынке гостиничных услуг заставляет пред­приятия He просто взаимодействовать, но и активно выстраивать свою

деятельность на принципах гостеприимства. Для успешной туристской деятельности сегодня уже недостаточно одной развитой индустрии ту­ризма, необходима новая философия\* - философия гостеприимства. - Толковый словарь В. Даля объясняет гостеприимство как радушие в туpизме и угощении посетителей.

Гостеприимство - важнейшее потребительское свойство турист­ского продукта. Гостеприимство обеспечивается[[1]](#footnote-1):

* в созданием положительного образа туристской местности и об­служивающих предприятий, формированием их привлекатель­ности с помощью средств массовой информации, специальных газет и журналов, паблисити, рекламы;
* в стремлением обслуживающего персонала оказывать туристам услуги no правилу «клиент всегда прав», «клиент - дорогой же­ланный гость», «не клиент для нас, а мы - для клиента»; в предупредительным и уважительным отношением работников к туристам, исполнением их желаний no правилам «все для кли­ента», «что еще мы можем для вас сделать»;
* в оказанием помощи туристам в получении ими необходимой ин­формации и услуг;
* в организацией разнообразного досуга, устройством видовых площадок, прогулочных маршрутов с беседками, укрытиями, с подробной и понятной информацией.

Гостиничный бизнес прошел три этапа путешествий:

В XIX в. постоялые дворы и заведения гостиничного типа, распо­ложенные вдоль больших дорог и в главных городах, в достаточной степени обеспечивали места для размещения.

В период между приблизительно 1850 и 1950 гг. растет количество путешественников, покидающих дом по причинам, не связанным с делами, и отпуска постепенно стали представлять собой важную причину для поездок. Примерно в течение 100 лет преобладающими средствами пассажирских перевозок были железная дорога и парохо­ды, а новые средства транспорта дали толчок путешествиям из стра­ны в страну и с континента на континент. Хотя первые гостиницы ведут начало с XV1II в., заметный рост числа их произошел только в XIX в., когда появившиеся к этому времени первые железные дороги и позднее пароходы создали достаточно большие рынки, обеспечив­шие возможность появления более крупных гостиниц. В этот период на рынке гостиничного бизнеса для размещения и постоя клиентов наряду с пансионами и пансионатами, преобладали гостиницы.

Примерно к середине ХХ в. в большинстве развитых стран мира (чуть раньше в Северной Америке и немного позже в Европе) гости­ничный бизнес совершил полный круг no земному шару, и с возрас­танием роли автомобилей как основного средства пассажирского транспорта основные перевозки вернулись на дороги. Почти одно­временно с этим воздушные перелеты стали иметь несомненное пре­имущество перед железными дорогами и морскими перевозками, в качестве основного средства перевозки пассажиров на большие рас­стояния. На многих маршрутах поездки в отпускной период достиг­ли no объему уровня других видов перевозок и часто значительно превышают их. Поездки вдали от дома постоянно растут и становят­ся международными. Гостиницы вступили в конкурентную борьбу с другими формами размещения на постой - турбазами (отпускными центрами) и загородными базами отдыха, предназначенными для отпускников в Европе, а также мотелями в Северной Америке и различными объектами самообслуживания для людей, находящихся в отпуске.

Гостиницам примерно 200 лет. Слова гостиница, отель» вошли в употpебление в Англии с появлением нововведения в Лондоне после 1760 г., представляющим собой некоего рода заведение, уже ставшее в то время привычным в Париже, которое называлось «hotel garni», или «большой дом», в котором квартиры сдаются на день, неделю или месяц. Его появление обозначало отход от привычного способа размещения гостей на постоялых дворах и заведения типа гостиниц и переход к чему-то более удобному и даже роскошному. Гостиницы с управляющими, служащими, приемной и персоналом в униформе появились, в основном, только в начале XIX в., и до середины века их развитие шло относительно медленно. Отсутствие хороших по­стоялых дворов в Шотландии в какой-то степени ускорило появле­ние там гостиниц; к концу XVIII в. в Эдинбурге, например, было не­сколько гостиниц, где путешественник мог получить изысканную и комфортабельную комнату. Известно также, что в конце XVIII - на­чале XIX в. гостиницы стали быстро появляться в других частях Ев­ропы, где в то время возникла идея гостиниц на курортах.

В Северной Америке размещение путешествующих вначале шло по такой же схеме, как и в Англии. Большинство гостиниц или по­стоялых дворов устраивали в переделанных для этого домах, но к

концу XVIII в. в нескольких городах на восточном побережье были специально построенные гостиницы, и в первой половине XIX в. строительство гостиниц распространилось no всей Северной Амери­ке вплоть до Тихоокеанского побережья. Эволюция от устройства постоялых дворов до устройства гостиниц, таким образом, шла почти параллельно в Старом и Новом Свете, и становление гостиничной отрасли no обе стороны Атлантики, возможно, имело гораздо больше общего, чем это обычно признают. To, чего Америке, возможно, Еiе­доставало в истории и традициях, восполнялось первопроходческим

духом, активным соперничеством между городами и предпринимате­лями при стремительном росте рынка путешествий.

В XIX в. гостиницы уже твердо встали на ноги, становясь не только предназначенными для путешественников центрами госте­приимства на коммерческой основе, но часто также являясь важ­ными социальными центрами в своих населенных пунктах. Их строительство, управление и функционирование стали особой спе­циализированной деятельностью, со своим собственным стилем и методами работы. В ХХ в. в большинстве стран произошли еще большее углубление специализации, расцjирение гостиничного бизнеса, а также возрастание сложности его ведения. Рост и разно­образие гостиничных операций сопровождались ростом и увеличе­нием разнообразия в конкурентной борьбе на всем рынке размеще­ния на постой)[[2]](#footnote-2)

Сейчас в России ситуация такова, что предложение превышает спрос. Произошло это пo следующим причинам:

1. В гостиничном хозяйстве России появились дорогие отели вы­сокого класса (4-5 звезд). Это, как правило, отели, где соучредителя­

являются зарубежные компании, которые предлагают уже готовые технологии обслуживания клиентов. Они составляют главную конку­ренцию остальным гостиничным предприятиям. Произошел отток солидных клиентов из обычных гостиниц в гостиницы европейского уровня обслуживания.

2. В связи с распадом СССР уменьшился уровень взаимосвязей с бывшими республиками, а вследствие этого уменьшилось количество людей, посещающих гостиницы с деловыми целями и в качестве туристов.

3. Произошел резкий спад иностранного туризма в нашей стране. Это вызвано многими причинами. Большинство иностранцев, из тех, кто хотел посетить страну, уже побывал в ней. А тех, кто сейчас хочет попутешествовать пo России, останавливают: высокий уровень пре­ступности, опасные инфекционные заболевания, возможность терро­ристических актов и т. д.

4. 3а последние годы многие наши соотечественники в связи с рас­ширением рынка побывали за границей с деловыми целями или на отдыхе. Они своими глазами посмотрели, какими должны быть предприятия сферы гостеприимства. К хорошему сервису быстро привыкают, и оста­навливаться в наших посредственных гостиницах они уже не хотят.

5. Экономический кризис августа 1998 г. нанес огромный урон гос­тинично-ресторанному и туристстскому бизнесу в нашей стране. Снизи­лась деловая активность, многие иностранные фирмы посчитали, что нецелесообразно продолжать свою деятельность на российском рынке. Закрылись некоторые представительства иностранных фирм, в гости­ницах уменьшилось количество зарубежных бизнесменов[[3]](#footnote-3).

Все это привело к тому, что загрузки гостиниц значительно снизи­лись. Сейчас должна вестись борьба за каждого клиента. Логика очень проста: чем больше клиентов в отеле - тем лучше благосостояние ра­ботающих в нем.

Развивая гостеприимство, многие отели переходят Ha высокий уро­вень обслуживания, устраивают стильные, элегантные, просторные «пре­зидентские люксы», апартаменты с роскошными гостиными, респекта­бельными столовыми, уютными спальнями, сверкающими ванными с джакузи, саунами. Эксклюзивность, уникальность во всем должны под­черкивать высокое положение гостейВзаимодействие персонала - основа гостеприимства - направлено на максимальное удовлетворение материальных, духовных и интеллекту­альных потребностей туристов. Персонал - гордость любой гостиницы. Так, развивая гостеприимство, обучая персонал технологии госте­приимства, компания «Accor» в 1985 г. открыла свою Академию, первое BO Франции корпоративное образовательное учреждение, в котором изу­чают корпоративную культуру, технологию гостеприимства, различные формы менеджмента. Ежегодный тренинг в Академии проходят 90 тыс. сотрудников цепи.[[4]](#footnote-4)

Таким образом, развитие гостеприимства возможно только при активном взаимо­действии, тесном сотрудничестве, внедрении общих передовых техноло­гий.

**1.2** **Технология оформления писем-заявок на размещение и обслуживание в гостинице по безналичному расчёту**

Некоторые организации, фирмы, компании имеют с гостиницами договоры, по которым специалисты, прибывшие пo работе в эти орга­низации и останавливающиеся и гостинице, обслуживаются пo безна­личному расчету. Договоры могут быть самыми разными. В некото­рых случаях гостиница требует обязательной предоплаты (частичной или полной). В других случаях допускается оплата за предоставлен­ные услуги после окончания сроков пребывания клиентов в отеле. Это зависит от степени доверия отеля к той или иной организации. Если в течение многих лет организация в оговоренные сроки в полном объеме четко выполняла свои обязательства; строила свои отношения с гостиницей на принципах полного взаимопонимания.

He создавала поводов для претензий, то вполне возможен вариант оплаты органи­зацией гостиничных услуг после их отъезда. Такие вопросы решаются в тесной взаимосвязи сотрудников службы приема и размещения со спе­циалистами расчетной части отеля. Обслуживание пo безналичному расчету осуществляется только при наличии соответствующего дого­вора или гарантийного письма. Некоторые организации имеют скид­ки на обслуживание. Эти скидки основываются, как правило, на коли­честве ночей, которые компания бронирует в отеле в течение года. Корпоративные цены должны быть указанны в договоре. Организа­ции могут оплачивать за своих гостей либо только проживание, либо проживание плюc все дополнительные платные услуги, либо прожи­вание и лишь некоторые дополнительные платные услуги (например, завтрак и регистрационные сборы). Все эти детали должны быть так­же отражены в договоре или гарантийном письме.

Гарантийное пись­мо должно быть составлено на бланке организации, иметь подписи ответственных лиц, печати. В тексте должно быть указано, за что организация гарантирует оплату, например: «гарантируем оплату проживания, питания и трансфера. В случае неявки (Ф.И.О), компания (название компании) гарантирует оплату одной ночи проживания>>. Прежде чем регистрировать заявку на paзмещение, бронировать номера и посылать подтверждение для какой­-либо организации пo безналичному расчету, сотрудник службы при­ема и размещения должен связаться со специалистом расчетной части гостиницы, познакомить его с содержанием гарантийного письма-за­явки, сделать копию и получить резолюцию (подпись, дата) на своем экземпляре гарантийного письма-заявки. Таким образом, финансовая ответственность за оплату обслуживания какой -либо организации ле­жит на расчетной части гостиницы. Сотрудники расчетной части свя­зываются сданной организацией выясняют форму и методы оплаты за предстоящее обслуживание, возможно, высылают счет к оплате, т. е. принимают все меры к тому, чтобы оплата постyпила в гостиницу сво­евременно, в полном объеме. Сотрудник отдела бронирования или службы приема и размещения может теперь внести данные письма­-заявки на размещение и банк данных компьютера и оформить подтвер­ждение бронирования. В компьютерной программе вся информация пo скидкам, особым пожеланиям клиентов и т. д., должна быть учтена при бронировании. Этими данными в последующем будут руковод­ствоваться сотрудники многих отделов отеля.[[5]](#footnote-5)

*Задание 2*

# Используя Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц», гостиница принадлежит к категории 5 звезд.

Постановлением Госстандарта РФ от 26 июня 2003 г. N 205-ст настоящий ГОСТ отменен.

*Задание 3*

В соответствии со статьей 16:[[6]](#footnote-6)

а) Турагент, заключивший гостиничный контракт, принимает на

себя обязательство по оплате счета за предоставленные услуги, за

исключением тех случаев, когда специально оговорено, что счет

оплачивается клиентом.

б) Счет должен быть оплачен в сроки, предусмотренные

контрактом, а в случае их отсутствия - в течение 30 дней со дня

предъявления (получения) счета. В случае пропуска установленных

сроков платежа с не уплаченной в срок суммы начисляются пени в

размере 1% в месяц и налог в размере 5% с начальной суммы долга

для покрытия расходов на сбор очередных страховых взносов.

в) В случае длительного пребывания клиента в гостинице

владелец гостиницы может потребовать с турагента уплатить за

услуги, которые были предоставлены клиенту за истекший период его

пребывания в гостинице.

г) Если контрактом предусмотрено, что оплата за услуги,

забронированные турагентом, производится клиентом, владелец

гостиницы должен гарантировать турагенту выплату комиссии. В этом

случае владелец гостиницы оставляет за собой право не принимать

кредитные карточки в уплату за предоставленные услуги.

*Задание 4*

*Тест*

1-б 12-а

2-в 13-б

3-а 14-в

4-в 15-а

5-б 16-б

6-а 17-а

7-д 18-а

8-б 19-б

9-а 20-в

10-а 21-а

11-г

Список использованной литературы:

1. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие рек. С. – Петерб. Ин-том гостеприимства. – М.: СПб.: «Издательский дом Герда», 2004
2. Медлик С., Инграм Х. Гостиничный бизнес: Учеб. для суд. Обуч. По спец. сервиса (23000). Рек. УМО / Пер. с англ. А.В. Павлов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005г.
3. Международная гостиничная Конвенция

Тимохина Т.Л. Организация приёма и обслуживания туристов: Учебное пособие.-М.: ООО «Книгодел»: МАТГР, 2004 г.

1. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие рек. С. – Петерб. Ин-том гостеприимства. – М.: СПб.: «Издательский дом Герда», 2004 г. [↑](#footnote-ref-1)
2. Медлик С., Инграм Х. Гостиничный бизнес: Учеб. для суд. Обуч. По спец. сервиса (23000). Рек. УМО / Пер. с англ. А.В. Павлов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005г. [↑](#footnote-ref-2)
3. Тимохина Т.Л. Организация приёма и обслуживания туристов: Учебное пособие.-М.: ООО «Книгодел»: МАТГР, 2004 г. [↑](#footnote-ref-3)
4. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие рек. С. – Петерб. Ин-том гостеприимства. – М.: СПб.: «Издательский дом Герда», 2004 г. [↑](#footnote-ref-4)
5. Тимохина Т.Л. Организация приёма и обслуживания туристов: Учебное пособие.-М.: ООО «Книгодел»: МАТГР, 2004 г. [↑](#footnote-ref-5)
6. Международная гостиничная Конвенция [↑](#footnote-ref-6)