

УДК [338.46:640.41](100)(075.8)
ББК 65.432(0)я73-1
М42

Главный редактор издательства
кандидат юридических наук, доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

Перевод с английского *А.В. Павлова*

Медлик, С.
М42 Гостиничный бизнес: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000) / С. Медлик, Х. Инграм; [пер. с англ. А.В. Павлов]. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 239 с. — (Серия «Зарубежный учебник»).

И. Инграм, Х.

ISBN 0 7506 4115 0 (англ.)
ISBN 5-238-00792-2 (русск.)

Агентство СІР РГБ

Рассматриваются концепции гостиниц и гостеприимства, структура гостиничного бизнеса, функции гостиницы, проблемы обслуживания гостей, развитие вспомогательных служб, основные процедуры и персонал гостиниц. Приведены примеры из гостиничной деятельности разных стран мира.

Книга адресована тем, кто изучает гостиничный бизнес в учебных заведениях (им она даст систематические основы знаний, которые в дальнейшем можно углублять и пополнять), а также тем, кто профессионально занимается этим бизнесом. Этот учебник широко известен в европейских странах; популярность его настолько велика, что за четверть века с момента выхода учебник претерпел уже четыре издания.

ББК 65.432(0)я73-1

ISBN 0 7506 4115 0 (англ.)
ISBN 5-238-00792-2 (русск.)

Copyright © 1980, 1989, 1994 S. Medlik.
All rights reserved
Copyright © 2000, S. Medlik and H. Ingram.
All rights reserved
This edition of the Business of the Hotels
4th Edition by S. Medlik & Hadyn Ingram
is published by arrangement with Elsevier Ltd,
The Boulevard, Langford Lane, Kidlington,
OX5 1GB, England.
© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА,
перевод, оформление, 2005

Оглавление

Список таблиц	viii
Список рисунков	x
Предисловие к первому изданию	xi
Предисловие к четвертому изданию	xv
Часть I. КОНЦЕПЦИИ ГОСТИНИЦ И ГОСТЕПРИИМСТВА	1
1 Вне дома	2
Значение гостиниц — Путешествия и гостиницы — Два века ведения гостиничного хозяйства — Место, занимаемое гостиницами мира на общем рынке предоставления ночлега — Расположение гостиниц — Типы гостиниц — Обзор описанного выше	
2 Гостиничная продукция и рынки	14
Гостиница как общее рыночное понятие — Гостиничные удобства и услуги как товар — Рынки размещения в гостиницах — Рынок общественного питания гостиниц — Источники спроса на гостиницы — Территория, обслуживаемая гостиницей — Сегментация рынка гостиниц — Покупка и оплата гостиничных услуг — Маркетинговая ориентация гостиницы	
3 Политика, философия и стратегия гостиниц	28
Цели и направления политики — Политика общая и частная — Формулирование, способ коммуникации и рассмотрение политики — Философия гостиниц — Планы и стратегия гостиниц — Структура управления гостиницей	
Часть II. СТРУКТУРА ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ	41
4 Маленькая гостиница	42
Продукция и рынки — Собственность и финансы — Организация и укомплектование персоналом — Бухгалтерский учет и контроль — Будущее маленькой гостиницы — Консорциумы	
5 Гостиничные группы	55
Операции групп гостиниц — Преимущества групп — Проблемы групп — Пределы централизации — Сосредоточенная в одном месте группа гостиниц: иллюстрация — Группа рассредоточенных гостиниц: иллюстрация	
6 Международные гостиничные операции	70
Продукция — Рынки — Собственность и финансы — Организация и общий подход	

Часть III. ГОСТИНИЦА И ЕЕ ФУНКЦИИ: ОБСЛУЖИВАНИЕ	85
ГОСТЕЙ	
7 Номера и места	86
Продажа номеров — Почта и другие услуги для гостей — Унифицированные услуги — Ведение гостиничного хозяйства — Организация и укомплектование капиталом — Бухгалтерский учет и контроль	
8 Питание и напитки	97
Цикл продуктов питания — Цикл напитков — Рестораны гостиницы — Бары гостиницы — Обслуживание в номерах — Приемы — Вспомогательные службы, связанные с организацией питания и напитками — Организация и укомплектование персоналом — Бухгалтерский учет и контроль	
9 Различные услуги, предоставляемые гостям	111
Пользование телефоном — Прачечная для гостей — Сдача в аренду и по договору о франчайзинге — Другие источники дохода — Бухгалтерский учет и контроль	
Часть IV. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ГОСТИНИЦЫ	121
10 Маркетинг	122
От производства к продажам и маркетингу — Концепция маркетинга — Особенности гостиничного маркетинга — Цикл маркетинга — Ресурсы для маркетинга — Доход и управление качеством — Гостиницы как часть всей продукции для туристов	
11 Владение и управление имуществом	138
Владение собственностью — Эксплуатация и содержание имущества — Управление удобствами — Энергия — Гостиницы и окружающая среда	
12 Финансы и бухгалтерский учет	146
Соотношения и анализ бухгалтерского баланса — Отчет о прибылях и убытках гостиницы — Соотношения и анализ прибылей и убытков — Доход от операций гостиниц — Соотношения бухгалтерского баланса, прибылей и убытков	
Часть V. ЛЮДИ И ПРОЦЕДУРЫ	159
13 Организация гостиницы	160
Гостиничные номера — Питание и напитки — Дополнительные услуги и гостиницы — Структура управления — Организационная структура крупной гостиницы: иллюстрация — Учет и контроль — Применение информационных технологий	
14 Укомплектование гостиницы персоналом	176
Определяющие факторы укомплектования гостиницы персоналом — Продукция гостиниц и укомплектование персоналом — Управление персоналом — Функции подразделения по обучению	

15	Эффективность работы гостиниц	185
	Критерии эффективности работы — Финансовая перспектива — Внутренняя перспектива бизнеса — Новые подходы к изучению пер- спектив — Перспективы для клиентов — Некоторые способы до- биться большей продуктивности в работе	
ПРИЛОЖЕНИЯ		197
A	Путешествия и гостиницы в Великобритании в 1990-х гг.	198
B	Путешествия и гостиницы в Америке в 1990-х гг.	199
C	Общая вместимость гостиниц и других подобных заведений, 1995	200
D	Загруженность в гостиницах некоторых стран, 1994, 1995, 1996	202
E	Ведущие гостиничные группы по всему миру	203
F	Ведущие гостиничные группы в Европе	206
G	Ведущие гостиничные консорциумы	209
H	Международные отчеты Horwath	211
I	Список организаций гостиничного бизнеса	213
J	Список периодических изданий по гостиничному бизнесу	215
K	Литература для дополнительного чтения	217
	Библиографический список	221