Содержание

21. Кондоминиум и таймшер, их характеристика

11. Обзор рынка гостиничных услуг в Швейцарии

Список литературы

# 21. Кондоминиум и таймшер, их характеристика

В мировой гостиничной индустрии различают следующие разновидности гостиниц по характеру взаимоотношений между владельцем (предпринимателем, собственником) гостиницы (группой гостиниц) и управленческим звеном гостиницы.

1. Независимые гостиницы, находящиеся во владении, распоряжении и пользовании владельца:

а) управляемые самим владельцем

б) управляемые с помощью нанимаемых специалистов-менеджеров или нанимаемой (по договору) специализированной управленческой компанией, в том числе имеющей собственный торговый знак или знак обслуживания; причем последнее не влечет за собой изменения статуса гостиницы как независимой по отношению к другим субъектам рыночных отношений.

2. Гостиницы, входящие в гостиничные цепи (объединения), которые в зависимости от условий вхождения в эти объединения различаются следующим образом:

2.1. Гостиницы, являющиеся полноправными членами цепей, объединенных обшей собственностью владельцев, осуществляющих коллективный бизнес, и гостиницы, управляемые администрацией цепи - представителями собственников. Руководство (администрация) цепи несет полную ответственность за исход бизнеса и управления и соответственно имеет полное право на получение прибыли.

2.2. Гостиницы, являющиеся ассоциированными (присоединившимися) членами цепи, принимающими участие в бизнесе на основе договора франшизы (франшизные члены цепи). Франшизная гостиница может управляться самостоятельно, без непосредственного контроля со стороны администрации цепи. В договоре франшизы администрация цепи (франчайзодатель) предоставляет франшизной гостинице (франчайзополучателю) право на использование символа (марки), ноу-хау и системных структур цепи (в организации деятельности, управлении, обучении персонала, снабжении и т. п.), а франшизная гостиница обязана оплатить эти права путем первоначального взноса за франчайзинг (стоимость покупки франчайзинга) и периодических платежей (вознаграждений за франчайзинг).

2.3. Гостиницы, входящие в объединение гостиниц на условиях контрактного управления ими (их собственностью) со стороны профессиональной гостиничной компании (гостиничного оператора), получающей «операционное» вознаграждение за эту деятельность от владельца. Такие операторные (или контрактные) цепи имеют три основные разновидности по взаимоотношению между владельцем (собственником) и оператором, которое оговаривается в контракте на управление:

а) владелец передает оператору полное право на управление собственностью и отказывается полностью от вмешательства в процесс управления, получая лишь итоговый чистый доход от гостиничной деятельности; оператор при этом несет ответственность за финансовые и операционные риски в своей деятельности;

б) владелец оставляет за собой право вмешательства в процесс управления путем контроля за деятельностью, но при этом производя все операционные расходы по управлению и оплату всех операционных и финансовых рисков, вытекающих из его права собственности; оператор, однако, тоже несет некоторую долю ответственности за исход своей деятельности в той части, которая оговаривается в контракте;

в) владелец достаточно плотно контролирует деятельность управляющей компании (оператора), но при этом освобождает ее полностью от ответственности за исход гостиничного бизнеса, за исключением умышленных случаев и случаев грубой неосторожности [5. С. 90].

Гостиницы, находящиеся под контрактным управлением другой гостиницы (или гостиничного объединения, обычно транснациональной гостиничной компании), имеющей собственный торговый знак или знак обслуживания, могут в результате контрактного управления изменить или не изменить свой статус гостиницы по отношению к другим субъектам рыночных отношений, т. е. сохранить или потерять в той или иной мере независимость. Это связано с тем, оговорено ли в контракте то или иное частичное участие управляющей гостиничной компании в собственности управляемой гостиницы.

Тенденции в этих взаимоотношениях таковы:

1) собственники зачастую поощряют операторов к финансовым вложениям в гостиничное имущество управляемой гостиницы для повышения их ответственности за качество управления имуществом;

2) все большее число операторов вынуждено участвовать своим капиталом в имуществе управляемой гостиницы в результате конкуренции за право заключения контракта;

3) некоторые операторы сами стремятся к совместному бизнесу с управляемой гостиницей путем вливания своего капитала (при наличии высоких гарантий прибыльности или при стремлении иметь дополнительные права при управлении имуществом).

2.4. Гостиницы, входящие в объединение гостиниц на комбинированных условиях, например условиях контрактного управления франшизной гостиницей со стороны франчайзодателя.

3. Гостиницы, входящие в ассоциации независимых гостиниц.

3.1. Гостиницы, входящие в ассоциации с целью увеличения прибыли и коммерческих возможностей. Например, ассоциации «взаимного информирования», объединяющие гостиницы с целью перераспределения по членам ассоциации избытка туристов (клиентов), периодически возникающего у того или иного члена ассоциации. В итоге такого подхода средний по времени коэффициент загрузки гостиниц и их доход возрастают. Гостиницы ассоциации, сохраняя полную независимость во всем, включая коммерческие операции и маркетинговую политику, часто имеют единый товарный знак и за участие в ассоциации платят взносы (вступительный, за товарный знак, ежемесячные за рекламу и систему бронирования - информирования).

3.2. Гостиницы, входящие в ассоциации (добровольные союзы предпринимателей в сфере гостеприимства), не преследующие цели извлечения дополнительной прибыли, а создаваемые для оказания помощи членам ассоциации в таких вопросах, как взаимоотношения с правительственными органами, консультации по юридическим вопросам и бухгалтерскому учету, по кадровым вопросам и образованию, по распространению положительного опыта в управлении и по информационному обслуживанию (союзы, общества, профессиональные клубы, советы, содружества, федерации, торговые ассоциации и т. д.).

Кондоминиум (лат. con — вместе и dominium — владение) — совместное владение, обладание единым объектом, чаще всего домом, но также и другим недвижимым имуществом. Понятие «кондоминиум» получило большое распространение в ряде государств, в частности в США.

Таймшер (англ. timeshare, «разделение времени») — право использования одним из владельцев многовладельческой собственности саму собственность в отведённые ему или ей участки времени. Чаще всего применяется в недвижимом бизнесе, отчасти как международная система обмена отдыхом среди совладельцев курортных отелей клубного типа [1]. Время использования измеряется в неделях, которые сгруппированы в 3 цвета: красный (самый дорогой), белый, голубой.

Система появилась в 1974 году, когда была зарегистрирована компания «Resort Condominiums International». Вторым крупнейшим участником рынка является компания «Interval International». Удобна высоким качеством отдыха, эксклюзивностью и фактической предоплатой, которая меньше, чем у отелей. Права на отдых приобретают на несколько лет и предусмотрена возможность обмена и даже наследования[2]. Однако в странах СНГ очень много мошенников, использующих элитные бренды.

Выделим преимущества таймшера:

* высокий уровень проживания и обслуживания;
* возможность переносить недели своего отпуска на последующие годы и таким образом увеличивать период отдыха;
* возможность передать за согласованную сумму свои недели во временное пользование (аренду) маркетинговым компаниям;
* возможность подарить свои недели или передать по наследству;
* возможность продать свои недели в будущем;
* хороший способ для предприятий и организаций решить проблему приобретения и содержания курорта для своих сотрудников и их семей;
* экономичный способ проведения своего отпуска при обеспечении более высокого уровня комфорта и обслуживания по сравнению с традиционными видами отдыха.

Среди плюсов клубного отдыха можно отметить его особое преимущество для семейного и молодёжного отдыха, наличие укомплектованной кухни и отсутствие необходимости подстраивать свой распорядок под расписание приёмов пищи в обычных отелях.

Существенным недостатком является риск быть обманутым из-за отсутствия в России опыта работы с таймшером, нет в России и законодательной базы. Кроме того, риск увеличивает необходимость больших первоначальных вложений. Репутация таймшера в России сильно «подмочена». В судах рассматриваются сотни гражданских дел по искам людей, пострадавших от недобросовестных действий туристических компаний, занимающихся таймшером.

# 11. Обзор рынка гостиничных услуг в Швейцарии

**Швейцария - классическая туристская страна, где на малом пространстве сосредоточены красоты природы и выдающиеся творения рук человеческих. На небольшой территории в 15944 кв. миль можно увидеть огромное разнообразие пейзажей и ландшафтов, какого не найти ни в одном другом месте со сравнимой площадью.**

 **Швейцария расположена в самом центре Европы.** Она имеет общие границы с Германией на севере, Австрией и Княжеством Лихтенштейн на востоке, Францией на западе и Италией на юге. Примерно 60% территории занимают горы с тридцатью четырехметровыми вершинами, большинство из которых расположено в Berner Oberland. На Швейцарию приходится центральная часть Альпийской горной системы с четырьмя главными перевалами: Гримзель, Фурка, Сент-Готтард и Оберальп. Отсюда берут свое начало реки Рейн и Рона.

В центральной и южной части страны находятся Альпы, на северо-западе - горы Юра, на юге - Апеннины. Более 70% территории страны принадлежит к двум горным системам, Альпам и Юре, разделенным холмистым Швейцарским плоскогорьем с многочисленными тектоническими озерами. Общая площадь ледников около 2000 кв.км. Средняя высота гор 1700 м. В Апеннинах находится высочайшая вершина - гора Монте-Роза, пик Дюфур на юге, высота составляет 4634 м. Швейцария расположена в умеренном климатическом поясе, в природной зоне смешанных и широколиственных лесов. Швейцария бедна природными ресурсами, если не считать гидроэнергии. Тем не менее, это процветающая страна, во многих отношениях самая богатая в Европе, прежде всего благодаря высокому развитию обрабатывающей промышленности и сферы услуг (особенно большое значение имеет туризм). Благодаря выгодному положению в центре континента, **на перекрестке многих европейских дорог,** Швейцария на протяжении всей своей истории являлась важным коммуникационным и транспортным звеном между севером и югом Европы. Но выхода к морю не имеет.

Страна играет заметную роль в мировой политической жизни, благодаря ее постоянному нейтралитету, а также географическому положению в ней проводятся важные международные конференции, дипломатические переговоры.

Выгодное географическое положение, умеренный климат, обилие лесов и чистый горный воздух способствуют развитию курортной и рекреационной деятельности в Швейцарии. Горное расположение определяет и виды программ, предлагаемых туристам. Для любителей спокойного отдыха - это озерные круизы, поездки по горной железной дороге, пешеходные прогулки, гольф, солнечные ванны на леднике. Не стоит забывать о скалолазании и других видах горного и горнолыжного туризма. Оптимальные условия для зимнего спорта способствуют тому, что многие швейцарские города избирались местами проведения зимних олимпийских игр и крупных международных соревнований горнолыжников (Санкт-Мориц, Гармиш-Партенкирхен, Инебрук, Кортине-д’Ампеццо, **Кранс-Монтана, Вербье**).

Отели Швейцарии известны сервисом и уровнем предоставляемых услуг. Спектр предлагаеиых услуг широк и туристам не надо ни о чем заботиться во время отдыха. именно поэтому отели Швейцарии считают идеальным местом для делового, элитного и семейного отдыха.

Почти все отели и гостиницы страны входят в национальную ассоциацию, которая устанавливает стандарты и проводит сертификацию. Стоимость проживания зависит от типа номера и класса отеля, обычно в стоимость включается континентальный завтрак (булочка, масло, джем, кофе). За дополнительную плату предоставляется полный или полупансион. В маленьких отелях, пансионатах предлагаются прекрасные условия для проживания, в стоимость также включен завтрак.

Таблица 1. Классификация гостиниц в Швейцарии

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Количествозвезд | Качествопроживания | Краткое резюме |
| 5 звезд (luxury) | Очень высокое | Все номера оборудованы ванной, цветным телевизором. Обслуживание в номерах осуществляется в течении 16 - 24 часов. Гостиница должна располагать как минимум 35 номерами. |
| 4 звезды (first class). | Высокое | Все номера оборудованы ванной. Не менее 60% комнат оснащены цветным телевизором. Гостиница должна располагать как минимум 25 номерами. |
| 3 звезды (good middle-class). | Хорошее | Не менее 75% номеров оборудованы ваннами. Гостиница должна располагать как минимум 10 номерами. |
| 2 звезды (comfortabl) | Приемлемое | Не менее 30% номеров оборудованы ваннами. |
| 1 звезда (simplex) | Приемлемое | Базовое размещение в “хорошо убранных” комнатах. |

К классу «люкс» относятся отели 5\*, на территории Швейцарии их всего 35. В подобных отелях предоставляется просторный номер и максимум услуг и удобств. При заселении можно выбрать индивидуальную систему питания. На территории располагаются салон красоты, аренда автомобилей, спортивно-оздоровительный центр, сауна, ТВ и музыкальный салоны, бассейн. За отдельную плату можно заказать любую не представленную услугу. В каждом номере телевизор, мини-бар, телефон, кондиционер, фен, сейф, шампунь и гель. Смена полотенец и постельного белья каждый день. 4\* - отели первого класса, в них набор услуг включает все необходимое для комфортного отдыха, но гораздо меньше шика. Номера должны быть не менее 13 м². Отели туристического класса – 3\* менее дороги и набор услуг в них ограничен. Так бар будет работать только в светлое время суток, а смена белья производится раз в 3 дня. Базовые (1\*) и стандартные (2\*) отели занимают туристы которым он нужен как бытовая необходимость, а не место комфортного времяпрепровождения. Большинство из них представляют студенческие гостиницы (хостелы). В номерах ничего лишнего – стул, кровать, вешалки или шкаф. Туалет и душ на этаже, постель меняют раз в неделю. В Швейцарии расположены более 500 кемпингов, 90 из которых работают круглый год. В них есть гриль, душ с горячей (за дополнительную плату) или холодной водой, места для палаток и стоянка для автомобилей. Стоянки в местах, не предназначенных для ночлега, строго запрещены, поэтому обязательно нужно тщательно продумывать маршрут или с разрешения хозяина домовладения разбивать лагерь у него во дворе. Самым известным кемпингом считается Whitepod, расположенный на высоте 1 700 м. Добраться до него можно только на лыжах или снегоступах, но невероятные ощущения гарантированы.

Рассмотрим конкретное предприятие индустрии гостеприимства Швейцарии.

1. Тип предприятия размещения (например, гостиница, мотель, кемпинг и т.д.)

Отель.

2. Характеристика предприятия.

2.1. Месторасположение.

Адрес: Dorfplatz CH-3954 Leukerbad/Loeche-les-Bains

Телефон: (+41) (0) 27 472 1 000

Сайт: www.lindnerhotels.ch

В Лейкербаде более 20 термальных бассейнов, римские бани, 3 медицинских центра, спортивная арена для тренировок и удовольствия. Термы с флуоридо-кальциевой водой, температура - 42-51°С. Отель находится в 2,5 часах от аэропорта Женевы на автомобиле или поезде.

Два отеля - Мезон Бланш и Дю Франс объединены в Лиднер отели и соединены лифтом и подземным переходом. В 10 минутах ходьбы от отеля работает подъёмник на высоту 2350 метров.

2.2. Обслуживаемый контингент.

Отель относится к гостиницам высокого класса (4+), предоставляющие все вышеуказанные услуги, а также специальные (вроде спа, массажей, наличие нескольких баров и ресторанов, конференц-залов). Цены на номера в таких гостиницах значительно выше средних.

2.3. Внешний вид предприятия.

Это большое здание с впечатляющим современным фасадом из кирпича и стекла.

2.4. Название.

Lindner Hotels & Alpentherme 4\*

2.5. Основные виды рекламы.

Печатная реклама, реклама в туристических справочниках, реклама в сети Интернет (<http://adelaide.regency.hyatt.com/>).

3. Количество и характеристика номеров

В отеле 136 комфортабельных номеров и сьютов. В номере ванна, туалет, фен, телевизор, музыкальный центр, телефон, минибар, сейф.

4. Основные службы предприятия и их функции.

3 ресторана, пиано-бар с камином, интернет (бесплатно), сауна, хамам, солярий, термальные бассейны открытый с массажем и закрытый, термальный грот. Температура минеральной воды в бассейнах 36 градусов. К услугам посетителей 5 помещений для семинаров и совещаний на 180 персон, гараж, 2 песчаных теннисных корта, тренажёрный зал, зимой - возможность кататься на лыжах и сноуборде.

Подземный переход соединяет отель с термальным комплесом "Lindner Alpentherme", где к услугам отдыхающих - тренажёрные залы, термальные бассейны (открытый и закрытый), плавательные бассейны, терапевтический центр (иглоукалывание, плебология, отделения физиотерапии, массажа,бальнеолечения, талассотерапии), велнес-центр, салон красоты, косметическая студия (используют косметику Кларанс), римско-ирландские бани.

Термальный курорт в Альпах (на высоте 1411 м) для профилактики и лечения заболеваний нервной ситстемы и опорно-двигательного аппарата, а также общее очищение и омолаживание организма.

5. Форма управления предприятием.

Форма управления гостиницы - независимые гостиницы, находящиеся во владении, распоряжении и пользовании владельца, управляемые с помощью нанимаемых специалистов-менеджеров или нанимаемой (по договору) специализированной управленческой компанией, в том числе имеющей собственный торговый знак или знак обслуживания; причем последнее не влечет за собой изменения статуса гостиницы как независимой по отношению к другим субъектам рыночных отношений.

# Список литературы

1. Ковалев Д.А. Мировая индустрия владения отдыхом. — М.: «Университетская книга», 2003. — 608 с ISBN 5-9900183-1-2.
2. Ковалев Д.А. Развитие таймшера в России. Ч. I. Изд. 2-е, испр. и доп. — М.: «Научная книга», 1999. — 320 с.
3. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристический бизнес.- Ростов н/Д: Феникс, торговый дом, 2008.
4. Сорокина О.А., Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристических комплексах. – М.: ИНФРА-М; Альфа-книга; Альфа-М, 2006.
5. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие – 3-е изд.,перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М; Форум; ИНФРА-М; 2008.