

Министерство образования и науки Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский государственный педагогический университет»  
Институт социального образования  
Факультет туризма и гостиничного сервиса  
Кафедра туризма и гостеприимства

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УСЛУГ ПИТАНИЯ В ОТЕЛЕ**

*Бакалаврская выпускная квалификационная работа  
по направлению 43.03.03 – Гостиничное дело*

Исполнитель:  
Васильева Валерия  
Борисовна,  
студент ГГ-41 группы

---

«\_\_» мая 2016 г.

Допущена к защите  
зав. кафедрой туризма  
А.И. Фишелева

---

«\_\_» мая 2016 г.

Научный руководитель:  
Назарова Л.Д.,  
канд. пед. наук, доцент

---

«\_\_» мая 2016 г.

Екатеринбург 2016

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>4</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА</b>	<b>8</b>
1.1. Понятие, сущность и характеристика сервисного обслуживания в гостиничном предприятии.....	8
1.2. Особенности предоставления услуг питания в гостиничном предприятии.....	17
<b>ГЛАВА 2. ПРОЕКТИРОВАНИЕ УСЛУГИ «ДЕТСКИЙ ЧАС» В КОМПЛЕКСЕ АПАРТАМЕНТОВ «ОГНИ ЕКАТЕРИНБУРГА»...</b>	<b>33</b>
2.1 Описание структуры апартamentos «Огни Екатеринбурга».....	33
2.2. Проектирования и экономического расчёт новой услуги «Детский час».....	45
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>55</b>
<b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>57</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Придомовая территория комплекса апартamentos «Огни Екатеринбург».....</b>	<b>60</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Детская площадка комплекса апартamentos Екатеринбурга».....</b>	<b>61</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Входная группа комплекса апартamentos Екатеринбурга».....</b>	<b>62</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Паркинг комплекса апартamentos Екатеринбурга».....</b>	<b>63</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 5. «Кофейня 12».....</b>	<b>64</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Холл первого этажа апартamentos Екатеринбурга.....</b>	<b>65</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 7. Центр мониторинга.....</b>	<b>66</b>

<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 8.</b> Двухкомнатные апартаменты ООО УК «Огни Екатеринбурга».....	67
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 9.</b> Трёхкомнатные апартаменты ООО УК «Огни Екатеринбурга».....	68
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 10.</b> Голосование жильцов за выбранную детскую площадку.....	69
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 11.</b> Лист закупки продуктов для «Детского часа в апартаментах «Огни Екатеринбурга».....	70
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 12.</b> Планировка «Кофейни 12».....	71
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 13.</b> Прайс-лист компании-аутсорсера «Киви Клуб» на услуги экспресс-анимации.....	72
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 14.</b> Пригласительный на «Детский час».....	73
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 15.</b> Глоссарий.....	74

## ВВЕДЕНИЕ

Человек способен чувствовать удовлетворение от жизни, стремиться к достижению высоких целей, а также полноценно отдыхать, когда его основные потребности удовлетворены.

Потребность в питании является одной из основных потребностей человека. В различных классификациях её относят к блоку «Первичных потребностей», которые, как правило, принято считать базовыми. Этому можно найти подтверждение в историческом прошлом: возникновение ритуалов и традиций, связанных с приёмом пищи в разных культурах мира, отражение еды и процесса приёма пищи в искусстве, создание институтов физиологии питания и других исследовательских центров в разных странах, красноречиво подтверждающих актуальность данной темы.

Ещё в древние времена появились категории людей, которые не всегда могли удовлетворить свою потребность в пище самостоятельно у себя дома. Этот факт способствовал появлению предприятий общественного питания и нового прибыльного вида экономической деятельности как «услуги общественного питания». Таким образом, услуги питания стали неотъемлемой частью туризма, как в составе туристического пакета, так и как часть услуги размещения. По мере развития экономики и повышения уровня жизни у людей стало меняться отношение к самому процессу приёма пищи, а также и ожидания в отношении содержания и качества сервиса предприятий питания.

В настоящее время трудно представить комфортное проведение отпуска или деловую поездку без получения услуги питания в выбранном средстве размещения. Нынешние путешественники считают само собой разумеющимся предоставление как минимум включённого в стоимость проживания завтрака или питание по типу полупансион. Также и на законодательном уровне изменились нормативные требования к средствам размещения, которые для присвоения им определённой категории требуют не

только наличия предприятия питания в гостиничном комплексе, но и соблюдение предписанных стандартов в их организации и работе.

К тому же наличие в гостиничном предприятии ресторана, бара, зала для проведения банкетов и услуги room-service приносит отелю дополнительный доход не только от обслуживания остановившихся в нём гостей, но и сторонних посетителей.

**Актуальность** выбранной темы выпускной квалификационной работы продиктована тем, что мероприятия по совершенствованию услуг питания в отеле дают возможность гостиничному предприятию не только получать дополнительный доход от оказания данной услуги, но и сделать эту статью доходов более прибыльной и стабильной, приблизив её показатели к основной, т.е. – продаже номерного фонда. К тому же, при использовании её возможностей как самостоятельного продукта данную услугу можно эффективно использовать для привлечения новых клиентов.

Также, несмотря на различные социальные и политические события, конкуренция в данном сегменте бизнеса не ослабевает, рынок средств размещения Екатеринбурга является одним из наиболее развитых профильных рынков регионов России. В городе работают гостиницы всех категорий и ценовых сегментов, как федеральные, так и международные гостиничные сети (Rezidor, Hyatt, Wyndham, Accor), которые задают высокий уровень сервиса [16]. Помимо отелей международного уровня в городе появляется такой новый формат жилья, как апартаменты. Термином "апартаменты" оперируют риелторы для обозначения нежилых помещений, юридически не являющихся квартирами, однако которые часто эксплуатируются именно в этих целях. В таком типе помещений предусмотрены все необходимые удобства: есть оборудованные для проживания комнаты, кухни и санузлы [29]. Всё говорит о том, что у потребителей гостиничного продукта появилось больше возможностей в выборе, какому предприятию размещения отдать своё предпочтение, а также об ожидании ими более качественного сервиса и широкого ассортимента

услуг. В настоящее время наиболее жизнеспособными гостиничными комплексами оказываются те, которые ориентированы на клиента и его потребности. Понимание значимости влияния качества не только услуги проживания, но и питания на формирование лояльного отношения гостя к предприятию даёт конкурентное преимущество гостинице, осознавшей это и работающей в этом направлении, что также способствует формированию постоянной клиентской базы. Иными словами, в условиях современного состояния гостиничного рынка, жёсткой конкуренции и экономического кризиса важным направлением деятельности предприятий индустрии гостеприимства является разработка эффективных мероприятий по совершенствованию качества услуг в целом и в частности питания.

Исследуя данный вопрос, определилась **проблема**, которая заключается в том, что предприятия питания предлагают похожий ассортимент услуг. Кроме того, их загрузка в выходные дни низкая.

**Объект выпускной квалификационной работы** – сервисное обслуживание в гостиничном предприятии.

**Предмет** – услуги питания гостиничного предприятия.

**Цель работы** – разработать услугу «Детский час» в комплексе апартаментов «Огни Екатеринбурга».

Исходя из поставленной цели, можно выделить следующие задачи:

- определить сущность и характеристику понятий «сервис», «обслуживание», «услуга»;
- выявить особенности предоставления услуг питания в гостиничном предприятии;
- разработать предложение по совершенствованию услуг питания;
- подготовить экономическое обоснование и основные этапы реализации предложения по совершенствованию услуги;

Интерес к проблеме предоставления услуг питания в средствах размещения заставляет обратиться к изучению и анализу существующего по

этой теме теоретического материала. Были изучены работы таких авторов как: А.С. Кусков, Г.А. Бондаренко, Х. Й. Роглев. Также в данной работе были изучены положения СанПиН-а 2.3.2.1940-05.

Методы исследования: анализ источников по проблеме исследования, сравнительный анализ, наблюдение.

Структура работы: введение, две главы, заключение, список источников и литературы, приложения.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

## 1.1. Понятие, сущность и характеристика сервисного обслуживания в гостиничном предприятии

В настоящее время в экономической структуре России преобладает сектор услуг (торговля, транспорт, рестораны, гостиницы, связь, финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, государственное управление, безопасность, образование, здравоохранение, прочие услуги) – более 56,7 % структуры добавленной стоимости в 2007 году (в ВВП – 48,6 %) [9]. Это говорит о высокой конкуренции компаний в данном секторе экономики и постоянном росте требований потребителей к уровню качества продукции/ обслуживания. Для удержания своих позиций на рынке и успешного развития, предприятиям, в том числе и в сфере гостеприимства, необходим постоянный контроль и поддержание сервиса на высоком уровне.

Для того чтобы раскрыть сущность и дать характеристику сервисному обслуживанию в гостиничных предприятиях, необходимо прежде всего дать определения таким понятиям как «сервис», «обслуживание» и «услуга», а также выявить специфические характеристики гостиничных услуг при предоставлении которых, раскрывается сервисное обслуживание предприятий данной сферы.

Согласно толковому словарю русского языка под ред. Д.Н. Ушакова «сервис» – (англ. service) совокупность учреждений и мероприятий по обслуживанию населения в повседневных бытовых нуждах и созданию всевозможных удобств для него (быстрая починка носильных вещей, доставка покупок на дом, справочное дело и т. д.) [22]. В словаре С.И. Ожегова, «сервис» – то же, что обслуживание (в 1 знач.). Гостиничный с. Автомобильный с. прил. ~ный, -ая, -ое [10]. Термин же «обслуживание» согласно словарю социологии означает – (англ. services; нем. Dienstleistung)



совокупность видов деятельности непроизводственного характера, направленной на удовлетворение ряда личных и общественных потребностей (напр., торговля, здравоохранение, коммунальные услуги) [19]. В то время как в энциклопедическом словаре-справочнике руководителя предприятия даётся следующее толкование данному термину, обслуживание – деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги [20]. Для понимания, что такое услуга возьмём определение из словаря терминов антикризисного управления, услуга – любая оплаченная выгода, неотделимая от своего источника [21]. Таким образом, дав определения и выяснив, что означает каждый термин, мы можем сделать выводное знание и обозначить смысл «сервисного обслуживания в гостиничном предприятии» – это совокупность различных видов деятельности сотрудников средства размещения, направленных на гостя с целью удовлетворения его потребностей и создания удобств для него за определённую плату.

Определив сущность понятия «сервисное обслуживание», далее необходимо дать ему характеристику через рассмотрение качеств гостиничных услуг, которые и определяют его содержание. Отрасль гостеприимства, как вид коммерческой деятельности, состоит из следующих компонентов: оказание гостиничных услуг и предоставление за определённую плату временного проживания в отелях, турбазах, хостелах, санаториях, апартаментах и т. д. [4, с.33] К этому же виду деятельности относятся и услуги общественного питания. Как и всем услугам, услугам гостиничных предприятий также присущи все их известные характеристики: неразрывность производства и потребления услуги, неосязаемость услуг, изменчивость, недолговечность, отсутствие владения, взаимозаменяемость услуг товарами, что в некоторой степени роднит их с туристскими услугами и всеми остальными видами услуг в целом. Но вместе с этим они обладают своими особенностями. И следующие важнейшие отличительные качества гостиничных услуг рассматриваются и были определены в трудах авторов

Т.И. Черняевой и М.С. Отнюковой [3, с.54]. К отличительным свойствам гостиничных услуг они относят: несовпадение процессов производства услуги и её потребления, ограниченная возможность хранения услуг, срочность исполнения, широкое участие персонала в процессе создания услуги, сезонная востребованность, прямая взаимосвязь цели поездки туриста и набора приобретаемых им услуг. Рассмотрим каждое из этих свойств подробнее. Первая из особенностей гостиничных услуг – несовпадение процессов производства услуги и её потребления. Не для всех оказываемых услуг в гостиничном предприятии присуща общая черта большинства услуг, как одновременность процессов производства и потребления. Существует ряд услуг, предоставляемых без непосредственного присутствия клиента. К примеру: уборка номера для заселения гостя по времени не совпадает со временем его въезда в этот номер [3, с.55].

Следующим, вытекающим из предыдущего свойства, является – ограниченная возможность хранения. Продавец гостиничных услуг не имеет возможности сохранить их для предложения и продажи в дальнейшем. Если в текущие сутки никто из клиентов не воспользовался арендой конференц-зала, то при его продаже в следующий раз, с клиентов нельзя взять оплату за простойные сутки. Все убытки в данном случае несёт владелец гостиничного предприятия [3, с.55].

В то время как если услуга оказывается гостю здесь и сейчас, то значимость для качественного сервисного обслуживания предприятия приобретает такая характеристика гостиничных услуг как – срочность исполнения. Особенность гостиничных предприятий заключена в том, что предоставление любых услуг клиентам должно осуществляется быстро. Это условие оказывается порой одним из основополагающих при выборе средства размещения гостем. Для ряда гостиничных услуг прописаны или негласно существуют временные рамки их оказания: это, как и различные виды уборки, время регистрации гостя за стойкой регистрации, так и

приготовление и подача блюд в предприятии питания средства размещения [3, с.55].

Так же набор предоставляемых услуг, а следовательно и сервисное обслуживание гостиничного предприятия определяется такой особенностью гостиничных услуг как – сезонная востребованность услуг средств размещения. В некоторых регионах гостиничному бизнесу присуща взаимосвязь спроса на услуги с временем года т.е. сезоном отпусков. Либо деловым графиком бизнес-туристов т.к. такие клиенты размещаются в основном в будние дни или дни проведения выставок/ конференций и т.д., что так же значительно влияет на загрузку номерного фонда [3, с.56].

Помимо особенностей связанных с временными рамками, не меньшую значимость для сервисного обслуживания имеет характеристика услуг связанная с непосредственными её исполнителями, то есть – широкое участие персонала в производственном процессе. Без преувеличения, пожалуй, главной особенностью гостиничных услуг является высокая степень участия штата сотрудников предприятия в процессе создания услуг. Элементарный человеческий фактор является причиной постоянной переменчивости качества услуг и оригинальности каждой услуги даже одной и той же, но оказанной разными сотрудниками. Для гарантии заказчику определённого уровня исполнения выбранной им услуги на предприятиях ГиР разрабатываются и внедряются в работу стандарты обслуживания [3, с.55]. И, конечно же, нельзя не упомянуть основополагающее качество гостиничных услуг – зависимость выбора гостем набора гостиничных услуг от цели его поездки [3, с.56].

Исходя, из представленных выше отличительных свойств гостиничных услуг можно определить правила и требования, предъявляемые к сотрудникам средств размещения, работа которых является составляющей и главной частью сервисного обслуживания гостей.

По своей сути, работа обслуживающего персонала гостиничного предприятия – это система технологических процессов и операций,

создающих высокий уровень комфорта и способных удовлетворить как физиологические, так и духовные потребности гостей. С развитием технологий, ожидания гостей и требования различных систем оценки качества к услугам выросли. Достойный уровень предоставления услуг гостям обеспечивается трудом и силами сотрудников всех подразделений гостиничного предприятия, а так же непрерывным наблюдением, контролем и отладкой работы со стороны административного персонала.

Как известно цель любого коммерческого предприятия, в том числе и гостиничного — это перевод «хорошего клиента» в категорию постоянных так, как из проверенного многолетним опытом принципа Парето известно, что 20% постоянных клиентов приносят 80% прибыли [7, с. 189]. Для воплощения этой цели в отношении с клиентом требуется сформировать атмосферу открытости и доверия. Данные требования современного сервиса выражаются в поддержании культуры обслуживания и профессиональной этики сотрудников предприятий ГиР.

Под термином «профессиональная этика» принято понимать (лат. *professio* от *profiteor* – объявляю своим делом и греч. *ethika*) – обобщённые и осмысленные нравственные требования, которые предъявляют потребители услуг к представителям ряда профессий, т.е. исполнителям, которые должны являться носителями этих систематизированных этических норм и основ поведения, т.е. профессионального кодекса [25].

В список этих норм и качеств входят: Деловитость – поддержание своего делового стиля работником, эффективная организация активности, нацеленность на интересы воплощаемого дела [11]; Дисциплинированность – характеризуется серьёзным подходом к выполняемому делу, наличием чувства долга перед гостем, своим предприятием, другими сотрудниками, высокими требованиями к себе [15]; Сознательность – правильное определение своих действий в конкретной ситуации, добросовестное выполнение обязанностей [27]; Честность – выполнение своих обязанностей на совесть, надёжность в выполнении обещаний, данных кому-либо [18];

Организованность – внутренняя упорядоченность и слаженность в действиях всех служб гостиничного предприятия между собой [24]; Вежливость – внимательное отношение ко всем гостям предприятия, учтивость и предупредительность в действиях направленных к ним [14]; Выдержка – умение владеть собой и своими эмоциями как бы не позволяя себе вести себя клиент [23].

Требование соблюдения данного набора качеств при исполнении должностным лицом своих обязанностей, является необходимым для осуществления сервисного обслуживания на высоком уровне, что будет служить средством привлечения потребителей. К примеру, получая жалобу или заказ сотрудник, занимающийся этим должен осознавать важность этого для гостя и трепетно со вниманием отнестись к просьбе гостя, уважая его чувства. Также персонал гостиничного комплекса, предлагая посетителю услуги или помощь, должен делать это ненавязчиво и предугадывая его просьбы [3, с. 174].

Рассмотренные выше, составляющие профессиональной этики работников сферы гостеприимства также напрямую имеют связь с культурой обслуживания, которая выражается в культуре поведения сотрудников, эстетике интерьера средства размещения и чёткости исполнения технологии процессов обслуживания.

Культура поведения работника сферы обслуживания состоит из внешней и внутренней частей культуры человека: общепринятых норм общения и обращения людей друг с другом, навыка чётко формулировать свои мысли, владеть речевым этикетом.

Умение тактично себя вести включает в ряд слагаемых. Важнейшим из них является – способность не обращать внимание на недостатки (по мнению сотрудника) в поведении клиентов, не показывать бестактного интереса к внешнему виду гостя, его манерам. Нельзя переходить грань в общении, и проявлять панибратство. Не стоит выражать гостю своё личное отношение к нему, давать советы, учить, предъявлять претензии. Такт должен

проявляться в отношении всех посетителей средства размещения – неуместным будет как простой расспрос о цели поездки, а тем более вход в занятый номер без спроса у остановившегося в нём гостя [5, с. 91].

Наличие чувства такта у работника проявляется не только в его умении не «лезть в чужие дела», но и в умении проявить внимательность и заботу там, где это будет наоборот уместно. В таких ситуациях как: плохое самочувствие гостя. В такой ситуации сотрудник должен откликнуться на просьбу гостя в помощи достать необходимые лекарства. Особенного отношения требуют к себе пожилые люди. Необходимо с пониманием относиться к их привычкам и манерам, приобретёнными годами, а также к их некоторой рассеянности и медлительности, которые приобретают все люди в силу возраста [5, с. 91].

Культура поведения сотрудника во многом зависит от владения им культурой речи. Одно из главных требований, предъявляемых к работникам сферы обслуживания всегда было и остаётся умение владеть нормами речи, творчески пользоваться средствами языка в связи с целью разговора [26]. Но понятие культуры речи предполагает не только умение говорить, но, что многие забывают, и умение выслушать собеседника. В наше время уже считается искусством способность просто внимательно выслушать другого человека.

Как говорилось ранее, неотъемлемой частью культуры обслуживания, то есть является одним из требований сервисного обслуживания предприятия, также считается эстетика интерьера средства размещения.

Под эстетикой интерьера средств размещения принято считать гармоничную внутреннюю организацию пространства помещения, создающую удобство предоставления сервиса гостям [28]. Это требование включает в себя то, что холл средства размещения должен поддерживать требуемые условия для встреч клиентов с их посетителями и помогать посетителям абстрагироваться от шума и суеты снаружи помещения. Также стойка reception должна содержать на бумажных носителях информацию о

предлагаемых услугах и их прейскурант, нахождении и времени функционирования служб, в том числе служб арендующих помещения в средстве размещения и оказывающих услуги его гостям на основных языках клиентов гостиничного предприятия. Также в целях удобства пребывания гостей в средстве размещения каждая служба, работа которой предполагает контакт с гостями должна снабжаться такими средствами визуальной информации как: надписи, указатели, вывески, с содержанием информации о времени работы службы и её название [5, с. 92].

Помимо специфики гостиничных услуг, культуры обслуживания, требования к сервисному обслуживанию так же продиктованы и самим технологическим процессом предоставления сервиса гостю сотрудниками разных служб.

Так при выборе средства размещения, для принятия окончательного решения клиентом, решающими факторами могут стать: простота процедуры бронирования и умение сотрудника отдела бронирования представить ему гостиничный комплекс.

Для соблюдения современных требований сервисного обслуживания менеджер по бронированию должен давать быстрые и информативные ответы на все вопросы об особенностях услуг и деталях размещения в данном гостиничном комплексе. Умение эффективно пользоваться информацией при совершении процедуры бронирования – один из гарантов успешности средства размещения. Последующие операции службы приема и размещения: выбор и закрепление номера за гостем, в большинстве случаев основываются на данных, предоставленных службой бронирования. Как правило, в средних и небольших средствах размещения функции отдела бронирования выполняет СПиР [3, с. 141].

Служба приема и размещения – центр гостиничного комплекса. Через неё гость контактирует с другими службами и обращается за информацией. За первые 5 минут взаимодействия с её сотрудниками у гостя формируется впечатление о средстве размещения в целом. В связи с тем, что служащие

СПиР находятся в тесном контакте с гостями и большая часть сервисного обслуживания осуществляется ими, то к ней предъявляются высокие требования [3, с. 147].

В-первую очередь, reception должен находиться рядом или напротив входа в гостиничный комплекс, а также иметь необходимую табличку-указатель и печатные информационные материалы [3, с. 148].

Во-вторую, стойка reception всегда должна быть чистой, аккуратной и удобной для гостей. Оборудование и какие-либо рабочие материалы сотрудников не должны быть в поле зрения гостей [3, с. 148].

И в-третьих, самые строгие и высокие требования предъявляются к самим служащим СПиР. Их одежда должна быть чистой и аккуратно выглаженной, а внешний вид быть ухоженным. Владение в совершенстве манерами и нормами этикета, умение быстро реагировать на просьбы гостя, быть внимательным при выполнении денежных операций, а также оперативно взаимодействовать с другими службами предприятия [3, с. 149].

Не смотря на то, что сотрудники службы эксплуатации номерного фонда практически не контактируют с гостями, тем не менее, к её работе предъявляются также высокие требования т.к. это наиболее функционально значимое подразделение и её работа составляет значимую часть сервисного обслуживания средства размещения.

Главное требование, предъявляемое к работе данной службы заключается в умении рационально распределять своё время на выполнение различного рода работ, чтобы не предоставлять неудобств гостям. Ведь если гость как можно меньше будет наблюдать работу сотрудников предприятия и видеть, как создается, казалось бы естественный и само собой разумеющийся комфорт, тем будет выше в его глазах сервисное обслуживание в данном предприятии [5, с. 97].

Раскрытые в данном параграфе такие понятия как «услуга», «сервис», «обслуживание», а также рассмотренные особенности гостиничных услуг помогли определить характеристики сущности сервисного обслуживания в



средствах размещения, задающие принципы работы основным службам предприятия.

Но также важно помнить, что кроме работы основных служб, сервисное обслуживание гостей осуществляется службами, оказывающими так называемые «дополнительные услуги». Пожалуй, самой важной доп. услугой, которая также уже стала практически обязательной частью такой основной услуги как размещение – является услуга питания. Присутствие предприятия питания в гостиничном комплексе и наличие данной услуги в составе услуги проживания, значительно влияют на выбор туристов при выборе средства размещения т.к. данная услуга помогает создать их максимально комфортное пребывание, а средству размещения в свою очередь принести дополнительную прибыль. Хотя предприятие питания находится в составе гостиничного комплекса, всё же оно может самостоятельно функционировать и если его форма организации позволяет, то и работать не только на гостей средства размещения, но и привлекать сторонних посетителей. Так как данная услуга вполне самодостаточна, то она имеет свою тесно связанную с гостеприимством, профильную культуру обслуживания и свои особенности предоставления услуги, которые будут рассмотрены в следующем параграфе работы.

## **1.2. Особенности предоставления услуг питания в гостиничном предприятии**

Вместе с предоставлением услуги размещения, системообразующими гостиничного сервиса служат услуги питания, цель которых на сегодняшний день не просто удовлетворить физиологическую потребность туристов в пище, но и в комплексе с другими услугами создавать и поддерживать определённый имидж и фирменный стиль предприятия, формируя положительное впечатление о нём у гостя [4]. Состав услуг питания, форма их предоставления и наличие разных видов предприятий предоставляющих

данную услугу зависит от типа и категории средства размещения. В крупных гостиничных комплексах служба питания является относительно самостоятельной структурой – «организацией в организации». В то время как в предприятиях с небольшим номерным фондом, либо формой организации наподобие апартаментов – эта служба небольшая и чаще всего работает в пределах одного заведения питания.

Самыми распространёнными видами предприятий службы питания в гостиничных комплексах являются рестораны и кафе. При предоставлении услуги питания в ресторанах и кафе средств размещения, как правило, предлагаются следующие формы организации питания гостей:

- полный пансион: включает в себя завтрак, обед и ужин – Full Board (FB);
- полупансион: система двухразового питания (завтрак, обед или ужин) – Half-Board (HB);
- одноразовое питание, как правило, включает завтрак – Bed and Breakfast (BB).
- отличная от вышеперечисленных система предоставления услуги питания, характерная для курортных средств размещения, которые кроме трехразового питания, на протяжении дня предоставляют на выбор бесплатные закуски, алкогольные и другие напитки – All inclusive (все включено в стоимость) [2, с. 181].

Как правило, одной из самых популярных и важных услуг предприятия питания в гостиничном комплексе является – завтрак, так как завтрак стараются не пропустить большинство гостей, проживающих в гостинице в отличие от обеда и ужина, кроме того, многие руководствуются наличием этой услуги при выборе средства размещения.

В связи с этим организации сервисного обслуживания завтраков оказывают специальное внимание и для его проведения учитываются следующие условия:

– состояние помещения, в котором планируется организация завтрака. Оно должно быть вместительным и удобным (если завтрак предполагает шведский стол), проветренным, чтобы не было посторонних запахов и чистым;

– внешний вид и самочувствие обслуживающего персонала. Несмотря на то, что завтраки проводятся в раннее время (для некоторых гостей по различным причинам завтрак может быть организован уже в 6:00 часов утра) сотрудники должны быть активными, проявлять внимание и свежо выглядеть;

– обеспечение слаженного и бесперебойного процесса обслуживания [2, с. 183].

Сама форма проведения завтрака выбирается начальством средства размещения исходя из объёма номерного фонда, возможностей помещения предприятия питания, экономической целесообразности и культурных традиций страны, где находится оно. В связи с различием этих условий и как следствие этого в международной практике туризма и гостеприимства сложилась следующая классификация видов завтраков:

– Первый вид завтрака пользуется популярностью на европейском континенте несколько десятилетий и носит название: «Континентальный завтрак», которое произошло от английского «continental breakfast». На сегодняшний день этот тип завтрака, конечно же, не является единственным видом завтрака, встречающимся в европейских средствах размещения. Как правило, континентальный завтрак подразумевает: горячий напиток (кофе, чай или горячий шоколад) с сахаром, сливками/молоко либо лимон для чая, сладкое в виде мёда, двух видов джема или повидла, несколько видов хлебобулочных изделий на выбор и сливочное масло. В выходные дни его подачу дополняют холодным яйцом. В большинстве Европейских стран данный вид завтрака включается в стоимость номера в средстве размещения [2, с. 183].

– Следующий вид завтрака получил распространение с середины шестидесятых годов в Европе: «Расширенный завтрак». В отличие от континентального завтрака так же предлагаются различные соки в ассортименте (апельсиновый, грейпфрутовый, томатный), сырная, колбасная нарезки, блюда из яиц, такие молочные продукты как йогурты, творог, а также сухие хлопья. При организации такого вида завтрака используется буфетный сервис либо обслуживание гостей производит официант, принося блюдо с колбасной и сырной нарезками, раскладывая их по тарелкам и оставляет блюдо на столе. Блюда из яиц готовятся по индивидуальным заказам.

– Ещё один вид завтрака, название которого происходит по названию страны и отражающий её традиции – «Английский завтрак», в своём изначальном варианте должен начинаться в номере гостя с горячего напитка (чай, кофе, горячий шоколад). В меню данного завтрака входят сахар и масло, булочные изделия, тосты, а также сладкое в виде варенья, джем, мёда. Второе название «Английского завтрака» звучит как «short breakfast» то есть «короткий завтрак». По желанию гостя также подают такие блюда из яиц как: жареные яйца на хлебе, яичница/ омлет с ветчиной или шампиньонами, рыбными блюдами, а также традиционной овсяной кашей. Сервировка данного вида завтрака отличается только тем, что при заказе гостем рыбного блюда или овсяной каши, ему дополнительно подаются соответствующие приборы [2, с. 183].

– В меню «Американского завтрака» предлагается: прохладная питьевая вода с кубиками льда, различные свежие фруктовые соки и фрукты, ягоды со сливками или компот из фруктов (слив, персиков), кукурузные либо рисовые хлопья, а также небольшая порция мяса, пирог и другое.

Также помимо распространённых и привычных видов завтраков в практике ресторанов крупных гостиничных комплексов имеют место быть

завтраки, приводящиеся по официальному поводу. Данный вид завтраков называется «Завтрак с шампанским».

– Время проведения «Завтрака с шампанским» ограничено с 10:00 до 11:30. Из названия ясно, что в его меню помимо чая и кофе также включены такие алкогольные напитки как шампанское и вино. Вместе с холодными закусками подаются горячие блюда, супы, салаты, десерты. Как правило, форма проведения этого вида завтрака – буфет [2, с. 184].

Для удобства сервисного обслуживания и удовлетворения потребностей гостей, у которых нет необходимости рано вставать, но которые желают получить завтрак в ресторане/кафе отеля, и достижения максимально возможной прибыли предприятием, во многих ресторанах гостиничных комплексов введено такое понятие как «Поздний завтрак».

– Данный вид завтрака также может предлагаться как альтернатива обеду благодаря его широкому меню. Время проведения «Позднего завтрака» – 10:00 – 14:00 часов. В него включаются блюда, как завтрака, так и обеда: горячие и холодные напитки, булочки, масло, джем, колбаса, сыр, супы, горячие мясные блюда, десерты. Форма организации – буфет [2, с. 184].

Структура сервисного обслуживания на предприятии питания включает в себя не только вид того или иного мероприятия но и использующиеся методы обслуживания при его организации и проведении.

Наиболее повсеместно распространены следующие методы обслуживания: обслуживание "а ля карт", "а парт", "табльдот", шведский стол, буфетное обслуживание.

Суть метода обслуживания "а ля карт" (a la carte) заключается в следующем: клиенты выбирают более им понравившиеся блюда по карте-меню, содержащем блюда и напитки. Приготовление блюд на кухне предприятия питания и сервировка стола официантом начинаются сразу же после получения данного заказа и передачи его на кухню. Преимуществом

данного метода обслуживания является возможность официанта помочь гостю сделать выбор блюд и напитков, что при высокой степени компетентности сотрудника будет повышать уровень сервисного обслуживания в ресторане [2, с. 186].

Важным элементом осуществления данного метода обслуживания является суггестивный сервис (суггестия – внушение). Искусство правильно предложить блюдо и убедить гостя заказать его является эффективным способом увеличить дохода предприятия питания. При умелом владении элементами суггестивного сервиса официант не только не произведёт впечатление «навязывания» и «втюхивания» у гостей, а напротив вызовет их расположение тем, что деликатно советует, учитывая их гастрономические вкусы и предпочтения. Советы же о сочетаемости блюд и напитков гости, как правило, принимают охотно и с благодарностью, так как не все посетители хорошо разбираются в правилах подачи вин и других напитков с различными блюдами. Использование суггестивного сервиса обслуживания необходимо для того, что бы официанты были не просто разносчиками, но и умелыми продавцами своих услуг, которые отлично знают как удовлетворить запрос любого гостя.

Как правило, данный метод является самым трудозатратным, но, несмотря на это вместе с тем на сегодняшний день он является и самым распространенным методом обслуживания, так как с его помощью желания гостей удовлетворяются наиболее полно.

Следующий метод обслуживания типичен для курортных средств размещения и домов отдыха – "А парт " (a part). Его особенность заключается в том, что гости заранее выбирают набор блюд и напитков, предварительно сделав заказ, а их обслуживание производится в строго установленном промежутке времени [2, с. 186].

Схожим методом обслуживания с представленным выше и также используемым в домах отдыха, пансионатах и средствах размещения, где производственная мощность предприятия питания ограничена является

"Табльдот" (table d'hote). Его отличие от метода "а парт" заключается в том, что гости обслуживаются так же по предварительному заказу, но одинаковому меню и в одно и то же время. Подача блюд и обслуживание производится в присутствии всех гостей предприятия [2, с. 187].

На сегодняшний день наиболее популярным методом обслуживания в гостиничных комплексах не только курортного типа, но расположенных в городской зоне является метод «Шведский стол».

При обслуживании с помощью данного метода гостям представлено большое количество блюд и напитков со свободным доступом к ним. Гость имеет право выбрать блюда по своему вкусу и в любом количестве из предлагаемых блюд [2, с. 187].

Подобный метод сервисного обслуживания включает следующие преимущества для предприятия питания:

- повышение количества посетителей ресторана;
- снижение времени процесса обслуживания;
- возможность оказания сервиса персоналом, не имеющим высшей квалификации и т.д.

Данный метод обслуживания также положительно воспринимается и гостями предприятия питания, так как позволяет выбрать понравившиеся блюда в желаемом количестве.

Наряду с методом обслуживания «Шведский стол» также часто встречающимся является метод «Буфетного обслуживания».

Данный метод подразумевает самообслуживание гостей и частичное обслуживание персоналом предприятия. Функции официантов заключаются, как правило, в пополнении ассортимента блюд и закусок, при необходимости подаче дополнительных порций и помощи гостям с выбором блюд. Так же в их обязанности входит приготовление чая/кофе, помощь при открытии бутылок с напитками, уборка со стола грязной посуды и приборов. Ассортимент блюд зависит от вида мероприятия [2, с. 188].

Приведённый метод обслуживания используется в гостиничных комплексах при проведении таких мероприятий как завтрак (так называемый завтрак-буфет), конференции, симпозиумы, переговоры.

Сервисное обслуживание предприятия питания обуславливается не только видом проводимого мероприятия и выбранного для него метода обслуживания, но также на его формирование влияет и выбранный или сложившийся в ходе деятельности вид сервиса. Выбор вида сервиса зависит от контингента посетителей, категории предприятия и его оснащения. Самыми известными и распространенными считаются сервисы: французский, английский, американский, русский. Каждый из перечисленных видов сервиса включает работу официантов.

Наиболее изысканным, дорогим и впечатляющим считается «Французский сервис». Данный вид сервиса присутствует в системе обслуживания ресторанов высокой кухни, где он подчеркивает элегантность обслуживания. При осуществлении французского сервиса обязательно учитывается форма подачи блюд, а также визуальное восприятие их гостем, не только с целью поддержания эстетической красоты сервиса, но и возбуждения аппетита клиента. Как правило, при оказании «Французского сервиса» подаваемая еда демонстрируется гостям в разложенном виде на большом блюде. По правилам подачи обслуживающий персонал должен подходить к клиентам с левой стороны и накладывать еду с демонстрируемого блюда в тарелки для гостей. Так же существует и такая разновидность французского сервиса, при которой гость накладывает еду себе самостоятельно с предложенного официантом блюда [6, с. 48].

Для организации мероприятий с обслуживанием «Французский сервис» требуется большое количество хорошо подготовленных сотрудников с высокой квалификацией в состав которых должны входить:

- менеджер ресторана (*фр.* maitre d'hotel);



- старший официант (*фр.* Chef de rang), обладает самым широким кругом обязанностей и отвечает за обслуживание не более чем четырёх столиков. В его обязанности входит: приветствие и встреча гостей, помощь в выборе блюд по меню и приём заказа, раскладывание готовой еды по тарелкам гостей, нарезка мяса и т.д.;
- помощник старшего официанта (*demi chef de rang*) – его функции заключаются в приеме заказов на напитки и помощи в подаче блюд;
- официант, подающий воду (*commis de rang*). Он также передает заказы на кухню, привозит тележки с едой, убирает использованную и лишнюю посуду со стола;
- официант по винам (*sommelier*). Присутствие данной должности в ресторане высшей кухни считается обязательным условием и показателем высокого уровня сервиса обслуживания, так как позволяет сделать посещение ресторана гостями более комфортным.

Не менее трудоёмким видом сервиса чем «Французский» также считается «Английский сервис», который подразумевает обслуживание гостей персоналом с приставного столика. При выполнении обслуживания данным методом официант раскладывает еду на тарелки посетителей на приставном столике и подаёт её гостям с правой стороны. По просьбе гостя о добавке официант подаёт её на новой тарелке с заменой столовых приборов. Так как английский вид сервиса, как отмечалось ранее, довольно трудоёмкий, то его использование осуществляется при сервисном обслуживании отдельных столиков [6, с. 50] .

Аналогичным видом сервиса «английскому сервису» и обозначающимся термином "gueridon" является сервис, при котором разложенные на сервировочном блюде продукты, также ставятся на отдельный столик с колёсиками. Официант подвозит его к столу посетителя, который самостоятельно выбирает желаемое блюдо и порцию, после чего в

его присутствии официант совершает оформление выбранного гостем блюда [6, с. 53].

К преимуществам английского сервиса можно отнести: контакт официанта с гостем (то есть возможность применения суггестивного сервиса), эффектность подачи блюд при отработанной технике, а также свобода в движениях официантов.

Менее эффективным и время затратным является «Американский сервис». При его использовании на предприятии уже готовая еда кладётся на кухне непосредственно поваром. Обслуживающий персонал зала ресторана лишь приносит и подаёт блюда гостям [6, с. 53].

Тем не менее, данный вид сервисного обслуживания, пожалуй, наиболее популярен среди большинства предприятий питания благодаря своим следующим преимуществам, которые заключаются в: низких трудозатратах и в том, что для его осуществления не требуется такое большое количество персонала для каждой отдельной операции обслуживания.

Наиболее простым в исполнении является «Немецкий сервис». Его суть заключается в том, что пищу заранее раскладывают на больших размеров блюдо, которое ставят на доступном и наиболее удобном от гостя расстоянии на стол, далее гости сами раскладывают еду по своим тарелкам в необходимом им объёме [6, с. 54].

Преимущества данного вида сервиса в том, что: гость сам определяет желаемый объем еды и имеет свободный доступ к ней при необходимости добавки, а также низкая трудоемкость самого процесса обслуживания.

«Русский сервис» более похож по своему исполнению из выше перечисленных видов сервиса на английский. Также как и при английском сервисе, готовую пищу официант приносит за стол гостей, но не на отдельном столике, а на сервировочном блюде. И в их присутствии делит её на выбранные размеры порции, но в отличие от английского сервиса подачей

блюдо занимается не официант, а гости сами перекладывают разделённые для них порции к себе в тарелки [6, с. 56].

Преимуществом русского сервиса является предоставление возможности гостю выбора желаемого размера порции, но также присутствуют и немаловажные недостатки данного вида обслуживания, которые заключаются в: высокой трудоемкости, несмотря, на то, что блюда раскладывают сами гости, а так же связанная с этим вероятность того, что при неумелом перекладывании блюда может быть нарушен его вид.

Каждый из представленных видов сервиса имеет как свои преимущества, так и недостатки и, как правило, выбирается руководством гостиничного предприятия ещё на этапе разработке концепции ресторана/кафе. Но его правильное воплощение зависит не только от «задумки» организаторов, но и от таких факторов как: экономические возможности предприятия, кадровый состав, выделяемая площадь для организации службы питания, уровень и стиль сервисного обслуживания в средстве размещения в целом.

Помимо предоставления завтраков и ресторанного обслуживания одной из «золотых жил» гостиничного комплекса, как делового назначения, так и просто имеющей в своём распоряжении ресторан – является банкетное обслуживание различных мероприятий. Крупные гостиничные предприятия, понимая востребованность и прибыльность данной услуги с целью её предоставления, предусматривают в составе своих помещений, вместе с основным залом ресторана, специальные залы для проведения банкетов. Также помимо основного состава сотрудников для проведения таких мероприятий привлекаются дополнительные сотрудники, обладающие необходимыми знаниями и практическими навыками.

В зависимости от причины проведения банкета он может проводиться в виде торжественного завтрака, обеда или ужина. Поводом для организации данного мероприятия чаще всего служат различные семейные торжества юбилеи, товарищеские встречи, а также окончание различных переговоров,

конференций, деловых встреч сотрудников крупных организаций либо политических деятелей [6, с. 59].

Банкеты принято классифицировать:

По способу организации приема пищи гостями за столом – сидя либо стоя, а также по мере участия персонала в обслуживании:

– полное обслуживание, подразумевает выполнение всех операций (приём продукции, доставка ее в зал, подача блюд и напитков, уборка лишней посуды и т.д.) обслуживающий персонал. Данный способ предоставления услуги обеспечивает высокую культуру обслуживания;

– под частичным обслуживанием, принято иметь в виду форму обслуживания, при которой некоторые функции официанта выполняются самими гостями (к примеру, перекладывание еды с общего блюда на отдельные тарелки или наполнение бокалов). Данный способ проведения банкета даёт возможность сократить время процесса обслуживания и количество привлекаемых сотрудников к организации мероприятия;

Также банкеты делятся по составу предлагаемых блюд и напитков на:

- банкет общего назначения;
- банкет-чай;
- банкет-коктейль;
- фуршет [6, с. 61].

Организация проведения любого вида банкета включает следующие этапы работы по его проведению: приём, выяснение деталей и оформление заказа менеджером ресторана либо специально созданной банкетной службой, подготовка и проверка всего необходимого для проведения банкета, и непосредственно сам процесс обслуживания мероприятия. Чёткость работы сотрудников и лёгкость в подготовке к сервисному обслуживанию банкета обуславливается тем насколько подробно и своевременно была предоставлена информация о деталях мероприятия (меню, особенности предпочтений некоторых гостей, их количество, бюджет,

личные пожелания заказчика относительно содержания сервиса и т.д.) между клиентом и ответственным за проведение банкета. Сам заказ на сервисное обслуживание банкетов принимается менеджером ресторана либо менеджером по обслуживанию банкетов, если данная служба присутствует в гостиничном комплексе. Как правило, заказ обязательно оформляется в письменной форме и кроме этого также обсуждается устно.

При обсуждении и оформлении согласовываются такие моменты как: дата проведения мероприятия, повод, послуживший причиной организации банкета, место организации торжества (если ресторан гостиничного комплекса имеет несколько залов), временные рамки начала и окончания обслуживания; предполагаемое количество персон, состав примерное меню, цена обслуживания для одного человека и всего банкета, договор об условиях оплаты, контактные данные заказчика [6, с. 63].

При оформлении заказа на сервисное обслуживание банкета, менеджер ресторана с клиентом проводит осмотр помещений используемых для проведения банкета, обсуждает схему расстановки столов, места предназначенные для почетных гостей и декоративное оформление зала в соответствии со статусом и тематикой мероприятия.

Также при оформлении заказа менеджер обязан сам поинтересоваться и уточнить такие детали как: необходимость подачи коктейль-аперитива гостям перед началом основной части банкета, украшение зала цветами, наличие музыки во время банкета и организация места для танцев гостей.

Важным условием успешного проведения банкета является техническая и информационная обеспеченность сотрудников-организаторов, а также их опыт в проведении подобных мероприятий:

- презентационный материал, содержащий фотографии залов, возможных планировок, специально разработанное банкетное меню;
- наличие технических средств для наиболее полного оснащения мероприятий компьютерами, сценой, танцплощадкой, освещением,

микрофонами, музыкальными инструментами, проекторами для показа фотографий и видеофильмов [6, с. 65].

В большинстве случаев оформление заказа на банкет осуществляется за достаточное количество времени для его тщательной организации. Несмотря на то, что примерный состав блюд в меню оговаривается не только между заказчиком и менеджером ресторана, но как часто бывает ещё и согласуется с поваром службы питания, чаще всего его окончательное согласование происходит за два – четыре дня до банкета.

При рассмотрении возможных блюд в меню большую роль играет привлечение шеф-повара ресторана. Присутствие специалиста и его мнение являются важными для заказчика, так как он может дать в более полном удовлетворяющий вопросы гостя о составе блюд и форме их подачи ответ, что также создаст профессиональный и ответственный подход сотрудников службы питания к своей работе [6, с. 65].

Для организации обслуживания банкетов, по таким поводам как: день рождения, свадьба, юбилей, помимо прочих организационных моментов, необходимо продумывание культурной программы мероприятия для гостей. Либо передача исполнения данной функции на аутсорсинг специализированной организации.

Для организации проведения официальных банкетов-приёмов сотрудники службы питания должны кроме правил этикета, также хорошо владеть требованиями протокола проведения официальных мероприятий, что необходимо для контроля правильного размещения гостей за столом, а также очередности их последующего обслуживания. При проведении банкетов-приёмов соблюдаются следующие правила размещения гостей за столом:

- первым считается место справа от хозяйки приема банкета, вторым – справа от хозяина;
- в отсутствии женщин первым считается место справа от хозяина приема банкета, вторым – слева от него;

- гость высокого ранга может сидеть напротив хозяина, в этом случае вторым будет место справа от хозяина;
- если хозяйка приема банкета отсутствует, её место может занять одна из приглашённых женщин [6, с. 67].

К столовым приборам каждого участника приёма в соответствии с планом из размещения ставится карточка, на которой указываются фамилия и инициалы гостя, также может указываться звание приглашённого.

При подготовке организации обслуживания банкета требуется определить количество необходимого обслуживающего персонала и заранее оговорить график с каждым из сотрудников, а также продумать форс-мажорную замену, на случай если по каким-либо причинам кто-то не сможет выйти на работу. Требуемое количество официантов зависит от сложности меню, частоты смены подаваемых блюд и соответственно приборов, удалённости банкетного стола от раздачи, нахождения подсобных столов, обеспеченности посудой и т.д.

Непосредственно в день проведения банкета, менеджер службы питания проводит со всем персоналом, участвующим в организации мероприятия и отдельно с официантами инструктаж. В содержании которого сообщается следующая информация: кто заказчик и повод послуживший причиной организации банкета, время начала банкета, количество и состав его гостей с учётом таких особенностей как пол, национальность, возраст и т.д. Также при прохождении инструктажа официанты знакомятся со схемой расстановки столов, количеством гостей за каждым из них, сообщается меню блюд и напитков, особенности сервировки, наличие аперитива и т. д. [6, с. 69].

Рассмотрев и проанализировав более подробно работу службы питания, содержание которой зависит от типа предприятия питания, вида сервиса, формы обслуживания различных мероприятий, стиля и общей концепции гостиничного комплекса в целом, необходимо сделать вывод, что

работа данной службы является важной пластов в фундаменте всего сервисного обслуживания предприятия, а порой даже может выступать как обособленная и самостоятельная структура средства размещения. Не зависимо от организационной формы гостиничного комплекса, будь то мини-отель, гостиница или новый формат услуги размещения как апартаменты, наличие предприятия питания и его услуг, что значит для гостя комфорт проживания, влияет на конечный выбор потребителем места своего размещения. А качество и ассортимент предлагаемых предприятием питания услуг, влияет на уровень прибыли средства размещения, через привлечение новых клиентов: как внешних гостей, так и проживающих в гостиничном комплексе. Эти выводы говорят о значимости и необходимости совершенствования услуг питания в средствах размещения, любыми актуальными для конкретно находящегося в нём предприятия питания через мероприятия по обучению персонала, созданию собственного имиджа на рынке услуг, оформлению зала и расширению ассортимента услуг.



## **ГЛАВА 2. ПРОЕКТИРОВАНИЕ УСЛУГИ «ДЕТСКИЙ ЧАС» В КОМПЛЕКСЕ АПАРТАМЕНТОВ «ОГНИ ЕКАТЕРИНБУРГА»**

Материал удален, так как содержит информацию, представляющую коммерческую ценность.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные требования сервисного обслуживания предъявляют к средствам размещения достаточно высокие требования — это заключается и в способности гостиничным предприятием предложить гостю широкий спектр услуг, и в высоких требованиях к подготовке персонала, а также необходимости в современном техническом оснащении всех предприятия. Данное условие является следствием не спадающей, несмотря ни на какие экономические и политические события, конкуренции в сфере гостеприимства.

На сегодняшний день, практически каждое гостиничное предприятие стремится привлечь новых клиентов и удержать уже имеющихся, стараясь удовлетворить потребность гостей не только в размещении, но и питании, развлечении и другом. С течением времени даже сама услуга размещения стала подразумевать в своём содержании не только ночлег туриста, но и включённое в его стоимость питание.

Присутствие в организационной структуре средства размещения службы питания и таких предприятий питания как ресторан, лобби-бар, банкетный зал, сервисное обслуживание конференций, привлекает в отель дополнительные денежные средства не только за счёт предоставления услуг проживающим в нём гостям, но и внешним посетителям.

Значимость и необходимость проведения мероприятий по совершенствованию услуг питания в отеле заключается в том, что это даёт возможность гостиничному предприятию получать от её организации не просто дополнительную прибыль, но и сделать данную статью доходов более эффективной и стабильной, приблизив показатели её продаже к показателям от продажи номерного фонда.

Целью выпускной квалификационной работы было совершенствование услуг питания средства размещения за счёт расширения ассортимента предлагаемых гостям услуг, находящегося в нём предприятия питания, путём

проектирования дополнительной услуги питания, ориентированной на жителей комплекса, но при активном её продвижении способной привлечь также и сторонних клиентов.

Для этого была изучена сущность сервисного обслуживания в сфере гостеприимства и рассмотрены его нюансы и особенности в работе службы питания, так как данное подразделение не редко выступает в качестве не просто составной части гостиничного предприятия, а порой как относительно самостоятельная структура со своей собственной целью и задачами.

Исходя из следующих выявленных проблем как низкая загрузка посадочных мест в выходные дни и однообразие ассортимента услуг предприятий питания, как в средствах размещения, так и самостоятельно действующих, наиболее целесообразным способом совершенствования услуги была выбрана разработка дополнительной услуги выходного дня «Детский час». Выбор данной услуги обоснован тем, что предприятие питания комплекса апартаментов «Огни Екатеринбурга» имеет потенциальный рынок сбыта в лице семей-резидентов с детьми и посетителей находящегося в нём детского клуба, а также низкая прибыль в выходные дни.

Само собой присутствует угроза рисков, как во внутренней, так и внешней среде компании, но данный вопрос требует предварительного плана их минимизации ещё на этапе внедрения услуги, что снизит экономические потери предприятия. Вместе с тем проведение экономических расчётов показало, что при оптимальных условиях услуга окупится после проведения «Детского часа» в третий раз и принесёт прибыль уже при первой её организации.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

- 1) Организация детского питания. СанПиН 2.3.2.1940-05 [Текст] : утв. постановлением Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации от 19 янв. 2005 г. № 3.
- 2) Бондаренко, Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов [Текст] : учеб. пособие / Г. А. Бондаренко. – М. : Новое издание, 2008. – 365 с.
- 3) Кусков, А. С. Гостиничное дело [Текст] : учеб. пособие / А. С. Кусков. – М. : Дашков и Ко, 2009. – 328 с.
- 4) Лойко, О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство [Текст] : учеб. пособие / О. Т. Лойко. – Томск : ТПУ, 2007. – 152 с.
- 5) Роглев, Х. Й. Основы гостиничного менеджмента [Текст]: учебник / Х. Й. Роглев. – К. : Кондор, 2009. – 408 с.
- 6) Бондаренко, Г. А. Кабушкин Н.И., Менеджмент гостиниц и ресторанов [Текст] учеб. пособие / Г. А. Бондаренко, Н. И. Кабушкин –2-е изд. – Мн. : Новое знание, 2001. — 216 с.
- 7) Ржепка, Э. А. Образовательные аспекты в совершенствовании индустрии гостеприимства [Текст] / Э. А. Ржепка // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды IV Международной научно-практической конференции (28 – 29 апр. 2009 г., Москва) / МГУ имени М.В. Ломоносова, географический факультет. – Москва, 2009. – С. 188-192.
- 8) Атомстройкомплекс. О компании. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atomstroy.net/o-kompanii>. – Загл. с экрана.
- 9) База данных "Законодательство Российской Федерации" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ru.spinform.ru/economics.html>. – Загл. с экрана.
- 10) Все – словари.рф. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://все-словари.рф/словарь-ожегова/сервис/>. – Загл. с экрана.

- 11) Инсай – вертикальное развитие. Словари. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insai.ru/slovar/delovitost> – Загл. с экрана.
- 12) Каталог коммерческой недвижимости. Атомстройкомплекс. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.atomstroy.net/kommercheskaya\\_nedvizhimost/kompleks-apartamentov-ogni-ekaterinburga](http://www.atomstroy.net/kommercheskaya_nedvizhimost/kompleks-apartamentov-ogni-ekaterinburga). – Загл. с экрана.
- 13) Кофейня 12. Апартаменты огни Екатеринбурга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ogni-ekb.ru/info/cafe-12/>. – Загл. с экрана.
- 14) Общий толковый словарь русского языка. Tolkslovar.ru/ [Электронный ресурс]. – <http://tolkslovar.ru/v1328.html>. – Загл. с экрана.
- 15) Понятия и категории. Вспомогательный проект портала ХРОНОС. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ponjatija.ru/node/9148> – Загл. с экрана.
- 16) Портал о коммерческой недвижимости EkbRealty.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekbrealty.ru/analytics/analytics/6197/>. – Загл. с экрана.
- 17) Преимущества. Апартаменты огни Екатеринбурга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ogni-ekb.ru/info/plus/>. – Загл. с экрана.
- 18) Словари. [Электронный ресурс]. – <http://www.sovslov.ru/tolk/qestnostyt.html> – Загл. с экрана.
- 19) Словари и энциклопедии. Академик. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/2445>. – Загл. с экрана.
- 20) Словари и энциклопедии. Академик. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://glossary\\_of\\_director.academic.ru/1728](http://glossary_of_director.academic.ru/1728). – Загл. с экрана.
- 21) Словари и энциклопедии. Академик. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/anticris/73662> – Загл. с экрана.
- 22) Словари русского языка. Поиск слов.com. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [/http://poiskslov.com/word/%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B8%D1%81/](http://poiskslov.com/word/%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B8%D1%81/). – Загл. с экрана.

23) Словари русского языка. Поиск слов.com. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://poiskslov.com/word/%D0%B2%D1%8B%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%BA%D0%B0/>. – Загл. с экрана.

24) Словарь русскоязычных слов. Dictionary.ru. [Электронный ресурс]. – <http://dictionary.ru/%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C.html> – Загл. с экрана.

25) Словарь терминов. Studme.org. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studme.org/31150/etika\\_i\\_estetika/slovar\\_terminov\\_professionalnaya\\_etika\\_yurista](http://studme.org/31150/etika_i_estetika/slovar_terminov_professionalnaya_etika_yurista) – Загл. с экрана.

26) Студопедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.studopedia.su/20\\_26655\\_i-klienta-v-protssesse-osushchestvleniya-servisnoy-deyatelnosti.html](http://www.studopedia.su/20_26655_i-klienta-v-protssesse-osushchestvleniya-servisnoy-deyatelnosti.html). – Загл. с экрана.

27) Толковый словарь русского языка Ожегова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://slovar-ojegova.888news.name/s/34426-%D1%CE%C7%CD%C0%D2%C5%CB%DC%CD%CE%D1%D2%DC.html> – Загл. с экрана.

28) Эстетика интерьера, создание комфортных условий обслуживания на предприятиях ОП. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://otveti-examen.ru/pishe-prom/60-otvety-na-bilety-k-ekzamenu-po-tekhnologii-i-organizatsii-predpriyatij-obshchestvennogo-pitaniya.html?start=11>. – Загл. с экрана.

29) Юридический портал. Недвижимость и право. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.realtylaw.ru/clauses/2013/03/03/clauses\\_1276.html](http://www.realtylaw.ru/clauses/2013/03/03/clauses_1276.html). – Загл. с экрана.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

### Придомовая территория комплекса апарт-отелей «Огни Екатеринбурга»



**Детская площадка комплекса апартаментов «Огни Екатеринбурга»**

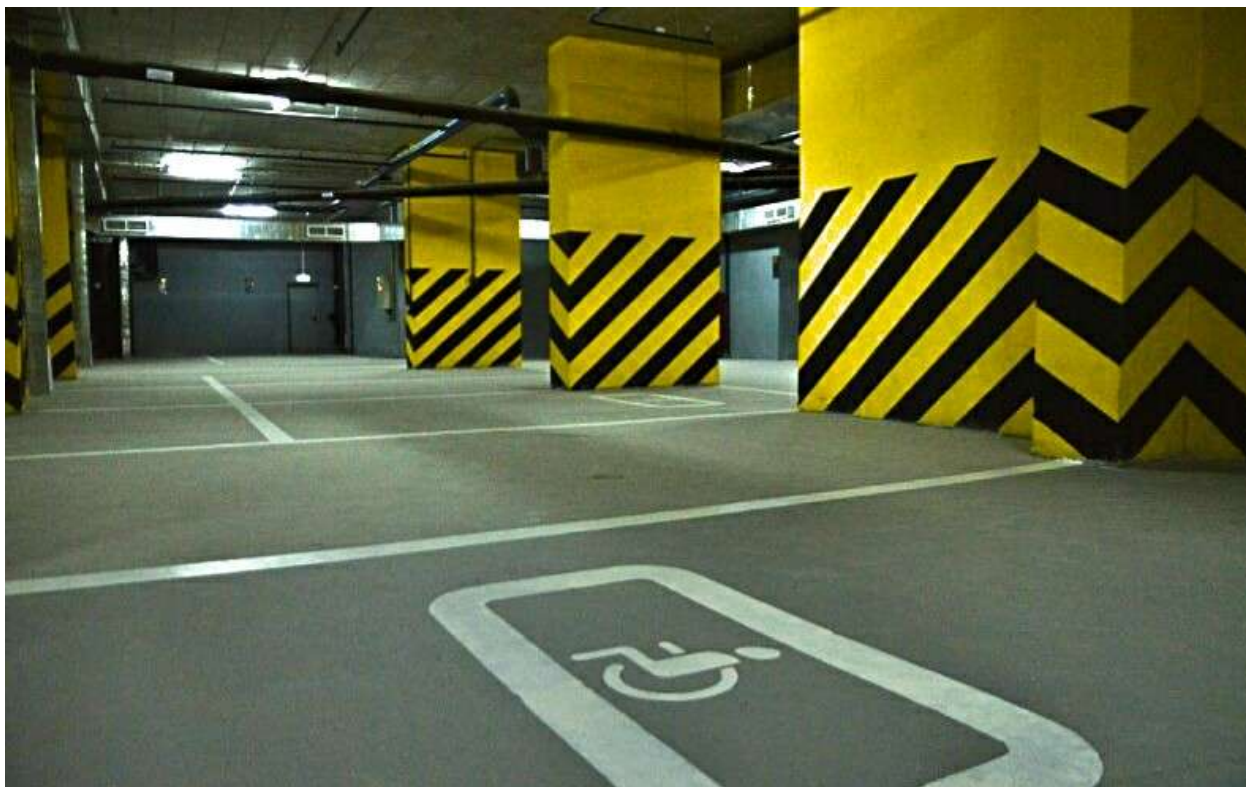




**Входная группа комплекса апартаментов «Огни Екатеринбурга»**



Паркинг комплекса апартаментов «Огни Екатеринбурга»



«Кофейня 12»



Холл первого этажа апартаментов «Огни Екатеринбурга»

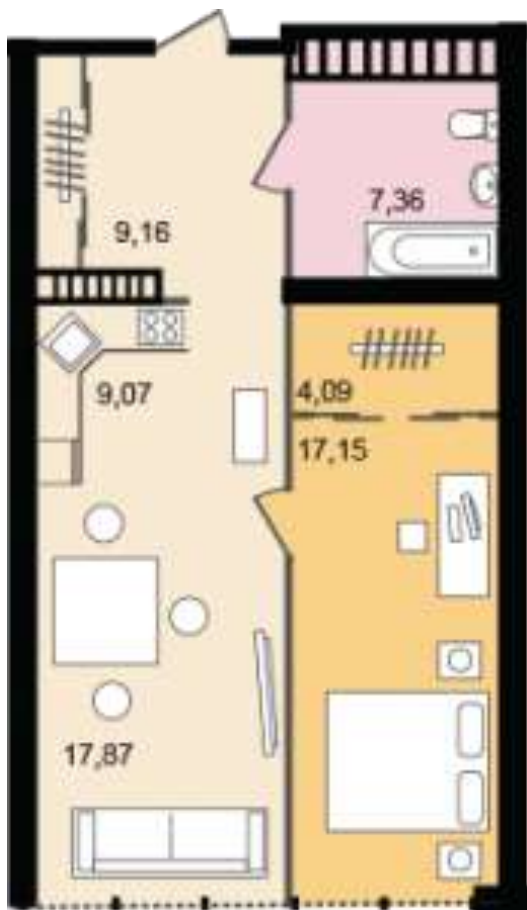


Центр мониторинга



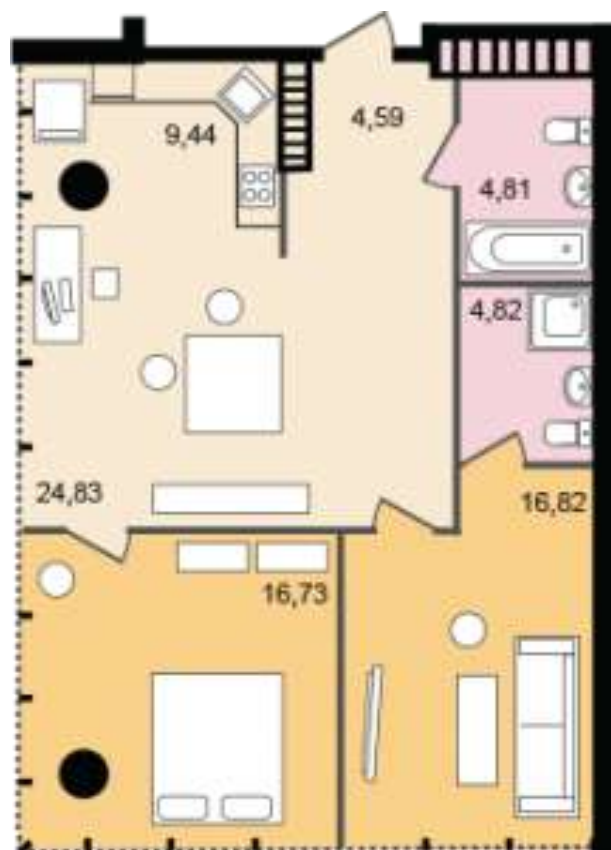
## ПРИЛОЖЕНИЕ 8

### Двухкомнатные апартаменты ООО УК «Огни Екатеринбурга» для краткосрочной и долгосрочной сдачи в аренду



## ПРИЛОЖЕНИЕ 9

### Трёхкомнатные апартаменты ООО УК «Огни Екатеринбурга» для долгосрочной сдачи в аренду



Голосование жильцов за выбранную детскую площадку



№ п/п	ФИО	Голосов
4	Кокшорин К. М.	
194	Алиев М. Ф.	
321	Золотухин С. У.	
6	Климов С. И.	
8 серия	Бабичев / Общественно (1А)	
215	Александров И.	
253	Петров А. Б. (+ серия с детской и серия школа с верандой №2)	
102	Резов И. С. (+ серия с детской и серия школа с верандой №2)	
101	Золотухин С. У.	
346	Кузнецов И. П.	

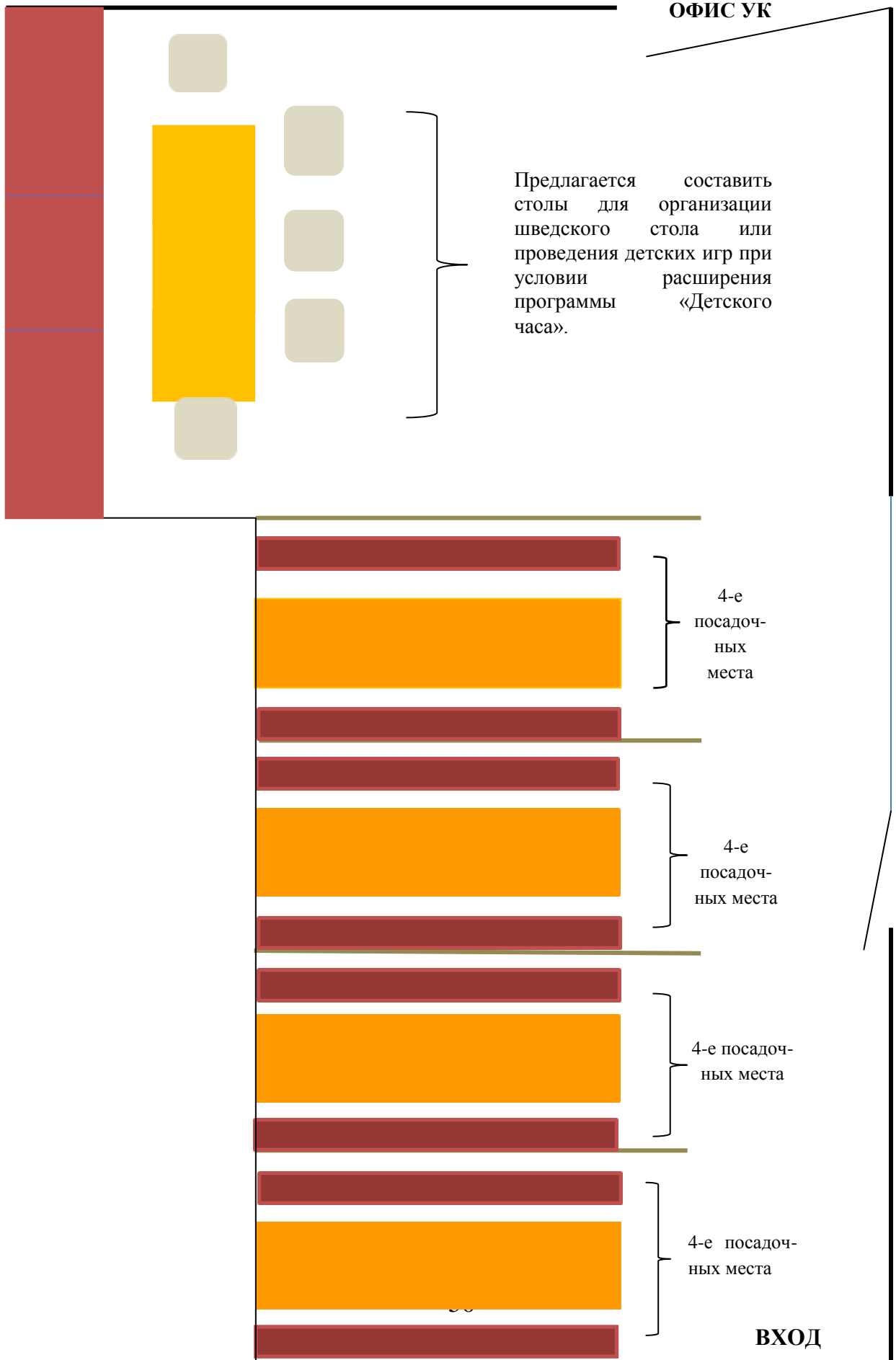


**ПРИЛОЖЕНИЕ 11****Лист закупки продуктов для «Детского часа в апартаментах «Огни  
Екатеринбурга»**

№	Наименование продукта	Норма	Кол-во порций/шт.	Всего гр./шт.	В наличии в продаже	Требуется купить кол-во в шт./упаковках	Цена	Сумма
1	Котлета куриная рубленая охл.вес	100 гр.	14	1 400гр.	1 000 гр.	2	219,00 руб.	438,00 руб.
2	Картофель красный	250 гр.	14	3 500 гр.	1 000 гр.	4	15,90 руб.	63,60 руб.
3	Хлеб Полярный Ржано-пшеничный	50 гр.	14	700 гр.	350 гр.	2	18,40 руб.	36,80 руб.
4	Бананы	120 гр.	14	1 680гр.	1000 гр.	2 кг	80 руб.	160 руб.

Итого: 698,40 руб.

Планировка «Кофейни 12



Предлагается составить столы для организации шведского стола или проведения детских игр при условии расширения программы «Детского часа».

ОФИС УК

БУФЕТ

ВХОД

ПРИЛОЖЕНИЕ 13

Прайс-лист компании-аутсорсера «Киви Клуб»  
на услуги экспресс-анимации

Длительность праздника, ч.		20 мин	40 мин	1 час
Стоимость праздника, ч.		1 950	2 450	3 490
1	Разноцветное ассорти шаров в ПОДАРОК (7 шт.)	✓	✓	✓
2	Персонаж на выбор (1 ведущий)	✓	✓	✓
3	Праздничный реквизит для игр	✓	✓	✓
4	Музыкальное сопровождение (колонки)		✓	✓
5	Транспортные расходы	✓	✓	✓
6	Веселая Фишка приветствие для именинника	✓	✓	✓
7	Необычный игрушко - измеритель роста именинника	✓	✓	✓
8	Волшебная птичка или шляпа исполнения желаний	✓	✓	✓
9	Забавное развлечение Ходилка - Бродилка с лентой	✓	✓	✓
10	Праздничный салют из пузырей	✓	✓	✓
11	Забавный каравай для именинника		✓	✓
12	Тра-ля-ля-ка Танцевака (мини диско)		✓	✓
13	Смешной волейбол с сосиской и с шарами		✓	✓
14	Развлечение Бобер хитер			✓
13	БУМ - фетти из блесток для именинника			✓
14	Веселая лотерея с призами или аква тату на выбор (до 15 чел.) Дополнительные призы или аква-тату 50 руб./чел.			✓

**Пригласительный на «Детский час»**

## Глоссарий

**Сервис** – (англ. service) совокупность учреждений и мероприятий по обслуживанию населения в повседневных бытовых нуждах и созданию всевозможных удобств для него (быстрая починка носильных вещей, доставка покупок на дом, справочное дело и т. д.);

**Сервис** – то же, что обслуживание (в 1 знач.). Гостиничный с. Автомобильный с. прил. ~ный, -ая, -ое;

**Обслуживание** согласно словарю социологии означает – (англ. services; нем. Dienstleistung) совокупность видов деятельности непроизводственного характера, направленной на удовлетворение ряда личных и общественных потребностей (*напр.*, торговля, здравоохранение, коммунальные услуги);

**Обслуживание** – деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;

**Услуга** – любая оплаченная выгода, неотделимая от своего источника;

**Услуга** – (service) Экономическое благо (good), выступающее в форме труда, консультации, искусства управления – в отличие от материального товара. Коммерческие услуги включают банковское дело, страхование, транспортные перевозки и пр. К услугам профессионального характера относятся консультации и работа бухгалтеров, юристов, архитекторов, специалистов по консалтингу, врачей и пр. Потребительские услуги – это работа ресторанов, доставляющих пищу на дом и в офис, механиков, слесарей, прачечных и химчисток и т. п.;

**Сервисное обслуживание в гостиничном предприятии** – это совокупность различных видов деятельности сотрудников средства размещения, направленных на гостя с целью удовлетворения его потребностей и создания удобств для него за определённую плату;

**Комплекс апартаментов** – предприятие, предлагающее размещение в номерах категории «студия» или «апартамент»;