

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

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ
ДЛЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Выпускная квалификационная работа

по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Исполнитель:
Постникова Елена
Валерьевна,
студентка группы БГ– 41z

«__» декабря 2016 г.

Допущена к защите
зав. кафедрой туризма и
гостеприимства
_____ А.И. Фишелева
«__» _____ 201__ г.

Научный руководитель:
А.В. Карева,
канд. пед. наук, доцент
_____ «__» декабря 2016 г.

Екатеринбург 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ	5
1.1. Понятие и классификация гостиничных услуг.....	5
1.2. Нормативно – правовая база предоставления гостиничных услуг.....	22
ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ ДЛЯ БУТИК ОТЕЛЯ «PASTEL’»	33
2.1. Маркетинговое исследование необходимости проектирования дополнительной услуги для Бутик Отеля «Pastel’».....	33
2.2. Описание дополнительной услуги для Бутик Отеля «Pastel» и её экономическое обоснование	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	51
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	53
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Анкета для гостей Бутик Отеля «Pastel’».....	59
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Анкета при приёме на работу.....	61
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Соглашение о сотрудничестве.....	63

ВВЕДЕНИЕ

Экономические факторы определяют тенденцию и динамику развития гостиничного и ресторанного бизнеса. Основными экономическими факторами, определяющими формирование данных отраслей, является темп экономического роста страны, доходы потребителей и их платежеспособность, состояние денежной сферы. В развитых странах рост общественного богатства сопровождается увеличением расходов на сферу услуг в структуре общих потребительских расходов.

Гостиничные комплексы оказывают влияние на жизнь местного населения городов, в которых они расположены, становясь центрами общественной жизни. Приток посетителей извне, не проживающих в гостинице, считается основным критерием успешности гостиницы. Некоторые широко известные «брендовые» отели давно превратились из средств размещения путешественников в самоцель путешествия. Секрет такой привлекательности отелей для туристов, бизнесменов и местных жителей заключается в их универсальности и укомплектованности дополнительными услугами.

Актуальность темы исследования заключается в том, что роль дополнительных услуг в работе гостиничных комплексов позволяют гостиницам без ущерба пережить периоды спадов туристской активности и падения спроса на основные услуги. Грамотно разработанный пакет дополнительных услуг способен создать отелю неповторимый имидж и привлечь внимание туристов из самых отдаленных регионов. Если основные услуги формируют некий стержень предприятия, то дополнительные услуги служат как раз для того, чтобы придать этому предприятию завершенность и индивидуальность. Выполнение этой задачи нелегко, но вполне осуществимо. Главное в этом деле – опираться на опыт успешных организаций и придерживаться определенных правил ведения гостиничного

бизнеса, которыми уже давно щедро поделились лучшие представители этой индустрии.

Проблема: необходимость проектирования дополнительной услуги для Бутик Отеля «Pastel'».

Тема выпускной квалификационной работы: «Проектирование дополнительной услуги для гостиничного предприятия».

Объект: теория изучения гостиничных услуг.

Предмет: процесс проектирования дополнительной услуги для Бутик Отеля «Pastel'».

Цель: спроектировать дополнительную услугу для гостиничного предприятия Бутик Отель «Pastel'».

Задачи:

1. Изучить понятие и классификацию гостиничных услуг.
2. Рассмотреть нормативно – правовую базу предоставления гостиничных услуг.
3. Провести маркетинговое исследование необходимости проектирования дополнительной услуги для Бутик Отеля «Pastel'».
4. Описать дополнительную услугу для Бутик Отеля «Pastel'» и представить её экономическое обоснование.

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

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

1.1. Понятие и классификация гостиничных услуг

Перед тем как приступить к рассмотрению гостиничных услуг, необходимо рассмотреть определение «услуга», а также выделить характеристики, которыми она обладает. Существуют различные понятия услуги. В узком смысле услуга – это действие, приносящее пользу, помощь другому. В широком смысле услуга – это результат, достигаемый при непосредственном взаимодействии исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя. Услуга – это нематериальная вещь, и, следовательно, её нельзя измерить, а можно только оценить. Большая Советская Энциклопедия определяет услугу как труд, направленный непосредственно на удовлетворение потребностей определенной личности – индивидуального заказчика, потребителя данной услуги [24].

По определению известного американского специалиста по маркетингу Ф. Котлера «услуга – это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой, и которые в основном неосвязаемы. Производство услуги может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде. Услуга – это целесообразная трудовая деятельность, результат которой выражается в удовлетворении каких-либо потребностей человека. Особенность услуги заключается в том, что она может быть представлена в вещной форме, либо в процессе функционирования живого труда» [39].

В одной из работ услуга определяется как действие, осуществляемое неким юридическим или физическим субъектом в отношении другого субъекта и преследующее цели извлечения материальной или нематериальной, прямой или косвенной выгоды. Большинство экономистов

ссылается при определении понятия «услуга» на определение, данное К. Марксом в первом томе «Капитала»: «услуга есть не что иное, как полезное действие потребительной стоимости – товара ли, труда ли» [42]. Приведённое определение лишь частично приемлемо для современности.

Развёрнутое определение понятия «услуга» можно сформулировать следующим образом: «услугой следует считать часть непроизводственной или материально – производственной деятельности, которая заключается в полезном действии в оказании материальных услуг, включающих производство продукции и её ремонт, либо заключается в удовлетворении непроизводственных личных потребностей населения (в том числе духовных и эстетических)».

Т.А. Фролова определяет услугу – как любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем–либо. Услуга – это продукт труда, обладающий специфическими свойствами: неосвязаемостью, неотделимостью от своего источника (невозможно отделить процесс обучения от преподавателя и ученика, процесс предоставления информации – от того, кто её предоставляет). Услуга не сохраняется отдельно от процесса её предоставления, не может быть законсервирована как товар, хранящийся на складе. Услуга направлена на вещь или на человека. Она существует только в процессе её производства. Производство и потребление услуг позволяет изменить полезность вещи или характер человеческой жизнедеятельности [58].

Прежде чем перейти к изучению дополнительных услуг, рассмотрим определение гостиничного предприятия. Автор «Большой Российской энциклопедии» И.Е.Тамм даёт определение гостиничному предприятию, которое предоставляет гостиничные услуги – размещение (ночлег), питание, бытовое, культурно–массовое, экскурсионное и другие виды обслуживания. Гостиничные номера в гостиничном предприятии подразделяются на категории, в соответствии с которыми они оснащаются регламентированными

по составу и качеству санитарно–технического оборудования, мебелью, электробытовыми и другими приборами и т. д. [23].

Гостиница – это средство размещения, состоящее из определенного количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее набор услуг (минимум – заправку постелей, уборку номера и санузла) и сгруппированное в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров» [69]. Гостиница – это предприятие, целью которого является получение прибыли с помощью продажи своего «товара» в виде комплекса услуг (услуги размещения и услуги питания).

Намереваясь отправиться в отпуск, мы порой даже не задумываемся о том, каким образом туристские агентства и гостиницы организуют наш досуг таким образом, чтобы мы ни в чём не нуждались. Когда же речь идет о планировании гостиничного бизнеса, встаёт вопрос о том, какие виды услуг в гостинице предлагать постояльцам. Следующий вопрос – что предоставлять бесплатно, что – за дополнительную плату. В данной работе поговорим об организации рабочего процесса в гостинице.

Гостиничный сервис разделяется на основные, дополнительные и индивидуальные виды услуг. В зависимости от пожеланий отеля и уровня конкурентной среды в заданном регионе, этот сервис может быть, как абсолютно бесплатным, так и за дополнительную плату.

Существует ряд основных услуг в отеле, закреплённых на законодательном уровне, как те блага, которые должны оказываться во всех гостиничных учреждениях, бесплатно. К ним относятся:

- вызов скорой медицинской помощи (в случае необходимости);
- наличие и круглосуточная возможность использовать медицинскую аптечку;
- доставка писем, газет и прочей корреспонденции, предназначенной постояльцу;
- пробуждение гостя к назначенному времени;

- наличие и возможность доступа к кипятку, ножницам, иголкам с нитками;

- пользование одним комплектом посуды и его замена [34].

Вне зависимости от концепции гостиничного предприятия, данные услуги отель должен предоставлять. Однако каждому понятно, что если отель будет предоставлять лишь это, его рейтинг будет оставлять желать лучшего. В условиях жесткой конкуренции между гостиницами и гостиничными сетями необходимо быть «в тренде» и предвосхищать потребности постояльцев. Так, буквально несколько лет назад свои бонусы и преимущества в виде дополнительных клиентов получали те редкие гостиницы, которые позволяли постояльцам пользоваться раздаваемым интернетом без взывания дополнительной платы [34].

На сегодняшний день сайты отелей, сетей и ресурсы по бронированию пестрят баннерами с надписью «бесплатно» и «в подарок». Конкурируя между собой, гостиницы стараются предоставить уникальный сервис своим гостям, либо стандартные разновидности платных услуг – безвозмездно.

Наиболее распространённые платные услуги:

- предложение групповых и индивидуальных экскурсий;
- персональный переводчик и гид;
- продажа билетов на культурно–массовые мероприятия;
- обмен валюты;
- ремонт одежды, обуви, химическая чистка и глажка;
- сувенирная продукция;
- аренда площади для деловых переговоров и конференций;
- сауны, бани, спа–салоны, массажные салоны, косметологические кабинеты, парикмахеры;
- покупка и доставка цветов;
- заказ такси [9].

Разумеется, чем большее количество услуг предлагает гостиница бесплатно, тем больше у нее шансов на лидирующие позиции и обратную

связь с клиентами. Нарботка хороших отзывов – долгий, затратный и трудоёмкий процесс. Высокое качество сервиса, как ничто другое, может помочь в данном вопросе. Сегодня плохим тоном считается предложение определённого ряда услуг за дополнительную оплату. Когда-то дорогой интернет, в наше время обязан быть доступным всем свободно. Подробная консультация специалистом ресепшена о проводимых в городе мероприятиях: о том, как добраться до нужного клиенту места и обратно; о возможности сэкономить средства в городе и прочая полезная информация предоставляется бесплатно. Вызов такси к гостинице не должен быть оплачиваемым ничем, кроме чаевых, максимум.

Гостиницы, на фасаде которых красуется немалое количество звёзд не могут позволить себе забыть об индивидуальном подходе к персонам особой важности. Это могут быть люди, полезные для данного бизнеса, или просто обеспеченные постояльцы. Если персональные услуги оказываются в исключительных случаях, их наличие не станет финансово привлекательным, однако создаст определённое реноме гостиничному предприятию, что немаловажно [19].

К числу персональных услуг относится в том числе индивидуальный работник отеля, сопровождающий постояльца во весь период его пребывания. В его обязанности входит консультации по всем вопросам, изыскание решений любой сложности, дабы удовлетворить пожелания взыскательного клиента. Неплохим вариантом индивидуального подхода к гостю являются небольшие подарочки, приятные сувениры на память о пребывании в вашей гостинице. Это может быть любая сувенирная продукция, например, шоколадки местной фабрики с логотипом вашей компании. Этот недорогой и скромный подарок подчеркнёт уровень сервиса в вашей гостинице и заставит улыбнуться даже самого строгого гостя [20].

Перечень дополнительных услуг, предоставляемых на платной основе, также может различаться, но всё же есть некий стандартный набор, который можно встретить в большинстве гостиниц. Этот перечень должен

формироваться и в зависимости от присвоенной гостинице категории. К наиболее распространенным услугам на платной основе относятся: проведение экскурсий, услуги гидов – переводчиков, продажа и бронирование билетов на все имеющиеся виды транспорта, распространение билетов в театр, на концерты, заказа такси по просьбе постояльца, предоставление автомобилей в аренду, бронирование столиков в ресторанах города, покупка и доставка цветов адресату, продажа сувенирной продукции, срочный ремонт обуви, стирка, химчистка, глажение одежды, пользование сауной, парикмахерские услуги, буфеты, бары, рестораны на территории гостиницы, аренда конференц – залов. Список достаточно большой, но это вовсе не означает, что нужно выбирать предприятия гостиничного типа, где данный список представлен большинством пунктов [13].

Рассмотрим классификацию функций дополнительных услуг:

1. Функция облегчения пребывания людей в гостинице: информационные (выход в Интернет, почтовые, телеграфные услуги, информационные материалы и т.д.); коммунально – бытовые (услуги прачечной, химчистки); посреднические; услуги автотранспорта (трансфер, заказ такси); предоставление печатной продукции (журналы, газеты); продажа товаров (сувенирной продукции и т.д.).

2. Функция, повышение уровня комфорта: установка дополнительного оборудования (проекторы, мобильные, микрофоны и т.д.); организация бассейна; проведение медицинских, косметологических процедур и т.д.

3. Функция, удовлетворение особых, специфических требований гостей: организация личных экскурсий; предоставление множительной техники, животное в номер и т.д.; детское обслуживание.

4. Функция, обогащение познания людей о территории: экскурсии; посещение национальных праздников и т.д. [39].

Таким образом, в каждом гостиничном предприятии, существует определённый стандарт услуг, который в свою очередь делится на основные

и дополнительные услуги. К основным услугам относится: вызов скорой медицинской помощи, использование медицинской аптечки, предоставление постояльцу кипятка, ниток и иголок, и т.д. А дополнительные услуги, включают в себя: любые услуги, которые могут быть предоставлены гостю по его желанию и согласно его интересов за дополнительную плату.

Гостиничные услуги невозможно подготовить заранее, так как они не выражаются в материальной форме. Гостиничный продукт производится для того, чтобы удовлетворять реальные потребности клиентов и удовлетворять их нужно в определённый срок [39]. Качество оказываемых услуг зависит от их исполнителя и от обстановки их выполнения. Квалифицированность, настроение и другие факторы могут оказать большое влияние на качество исполнения услуги. Ведь один и тот же исполнитель может обслужить клиента совсем по-разному (например, в начале рабочего дня, когда у исполнителя больше сил, качество оказываемых им услуг будет выше, чем к концу рабочего дня, когда силы на исходе). Изменчивость услуги очень часто провоцирует недовольство со стороны потребителей.

Спрос на гостиничный продукт в зависимости от ситуации может меняться чуть ли не каждый день. Очень ярко сезонность проявляется в странах с меняющимся климатом (большинство туристов предпочитают отдыхать в летние месяцы). Существуют определённые факторы, которые оказывают влияние на объёмы продаж. К таким факторам относятся:

1. Месторасположение гостиницы: этот фактор, несомненно, играет очень большую роль, так как именно от него зависят цена проезда до гостиницы, привлекательность окружающей среды, развитость инфраструктуры страны или города.

2. Уровень сервиса: данный фактор зависит от качества и полноты предоставляемых услуг, наличия различных видов удобств, их стиля и качества.

3. Цена: данный фактор иногда может быть решающим при выборе гостиницы.

4. Удобство обслуживания.

5. Ассортимент услуг: сегодня гостиницы предлагают большой спектр услуг, способных удовлетворить почти все прихоти постояльцев. Самые распространённые – это услуги по проживанию, услуги общественного питания. В хорошей гостинице, не выходя за её пределы, можно сделать себе качественную стрижку, попариться в сауне или поиграть в бильярд. Основной доход гостиницы приходится на плату за проживание, но при хорошо развитом дополнительно сервисе тоже можно получить неплохую прибыль.

6. Имидж гостиницы: данным фактором очень дорожит каждая гостиница, так как он помогает ей оставаться конкурентоспособной и получать дополнительную прибыль (в случае положительного имиджа). Имидж – это комплекс, состоящий из всех вышеперечисленных факторов [69].

Основной предмет гостиничного бизнеса – это, конечно, гостиничный номер. Гостиничные услуги – это особый гостиничный продукт, приобрести который можно с помощью обменных сделок. Клиент платит не за право владения номером, а за право иметь к нему доступ в оговоренное время. Современные условия бизнеса требуют от гостиниц решать все производственные и другие вопросы в максимально короткие сроки. Люди не любят ждать, поэтому для повышения качества обслуживания необходимо оказывать услуги быстро и качественно [17].

Сегодня широкое распространение получил гостиничный бизнес. Открытие небольших частных отелей стало распространённым явлением. Не менее востребовано строительство больших гостиничных комплексов. Многие владельцы рассматривают этот источник как выгодный вид инвестирования. Такие тенденции связаны, в первую очередь, с активным развитием отечественной туристической инфраструктуры, а также с появлением новых категорий постояльцев гостиниц.

Владелец гостиницы для успешности ведения своего бизнеса должен определиться с основными категориями постояльцев, на которые будет ориентирована его заведение. Конечно же, такое разделение по категориям в определённой степени условно, однако перечень услуг в отеле ориентированном на семейный отдых с детьми и в отеле бизнес–класса будет иметь определённые отличия. Потенциальный клиент гостиницы, собираясь в поездку, изначально определяется с её целями и, соответственно, с местом (страной, регионом, городом). На следующем этапе же встаёт вопрос о бронировании номера в отеле. Например, отправляясь в деловую командировку в Финляндию можно гостиницы забронировать через современные интернет–сервисы, сделав при этом выбор в пользу заведений бизнес–класса в центре города [19].

Гостиница, ориентированная на бизнес – клиентов, располагает всеми необходимыми условиями для проведения деловых переговоров, встреч и конференции. Кроме того, здесь к услугам клиентов будут предложены все возможные современные средства связи, интернет, офисная техника (сканер, принтер, факс, многоканальный телефон и т.д.). А расположение отеля в центре города позволит быстро и удобно добраться в любую его точку. Если же рассматривать гостиничный комплекс, ориентированный на семейный отдых, то здесь владельцы стараются обеспечить максимально комфортные условия именно для туристического отдыха. Начиная с расположения отеля, которое традиционно выбирается в непосредственной близости от культурно – развлекательных центров, исторических достопримечательностей или пляжей (в зависимости от специфики данного курорта) и заканчивая широким перечнем услуг, направленных на обеспечение комфортного пребывания в отеле детей [21].

Для привлечения новых клиентов и наработки базы постоянных клиентов, помимо рекламы, рекомендуется разработать различные системы скидок и бонусные программы.

Все гостиницы предоставляют ряд услуг, часть из которых – основные, часть – дополнительные. Стоит разобраться в том, какие именно услуги относятся к той или иной категории, а также – какие платные, какие бесплатные. Безусловно, каждая гостиница ведет свою политику и может предоставлять, совершенно любой сервис. Однако если при относительно одинаковых ценах на номера в одном месте интернет бесплатный, а в другом – платный, то, скорее всего, стоит сделать выбор в пользу первого.

Структурные элементы индустрии и характеристика туристических услуг – это и есть то, что входит и является особенностями маркетинга гостиниц, а также различных комплексов и ресторанных предприятий. Чтобы понять особенности, нужно познакомиться с ведущими направлениями бизнес-индустрии в нашей стране. Нужно понимать ценовую политику. Факторы, влияющие на качество гостиничных услуг – это важные элементы, которые определяют в дальнейшем, какая именно гостиница, какое предприятие способны достичь успеха [36].

Есть такое явление, как и побудительные мотивы, что являются совокупностью продуманных маркетинговых ходов в индустрии, а также признаков рекреационности, планирования дела и рассмотрения перспектив рынка. Если нужны к рассмотрению отели иматры, Финляндия предоставит много хороших примеров успешных комплексов, чтобы можно было сравнить их работу и выделить для черты успешного отеля.

Современное состояние гостиничного хозяйства в России зависит от процессов формирования бизнеса, а также от процессов его реализации и за рубежом, эволюции не только в России, но и во всём мире. Нужно понимать, что с течением времени появилась своя система классификаций не только объектов размещения, но также средств и услуг. Современная тенденция развития в РФ такова, что она касается организации гостиничного хозяйства, его эволюционных особенностей и истории развития.

Для подобного изучения был создан анализ функционирования гостиниц в РФ и подчеркнута вся материально-техническая база успешных

отелей, их состояние – отсюда получилось вывести ключевые тенденции. Все они затрагивают увеличение или уменьшение состава помещений гостиничных предприятий, специфику работы, многообразие функций объектов, виды оборудования комплекса, архитектурный стиль для конкретных объектов интерьер, дизайн бизнеса и многое другое, включая анализ проблем и перспектив развития самого рынка и иностранного сектора гостиничных услуг, как одного из наиболее динамично развивающихся в нашей области [15].

Гостиничный номер относится к услуге размещения. Помещение, как правило, многофункциональное. Различные гостиницы имеют разные категории номеров. Независимо от категории, в каждом номере обязательны: стул или кресло, кровать (с чистым бельем), столик, шкаф, предназначенный для одежды, мусорная корзина, освещение (как минимум общее). Кроме того, обязательно должна быть информация о самой гостинице с планом эвакуации. Возможны и прочие услуги, дополняющие необходимый минимум: бассейн, конференц–залы, спортивное оснащение, химчистка, прокат автомобилей, медицинские услуги, парикмахерская и прочее. От того, как они сформированы и оформлены, зависит, какого типа будет предприятие: флайтель, флотель, ботель, ротель, гостиный двор, пансион, отель–гарни, мотель и т.д. Для более удобного определения созданы классификационные признаки (классификация гостиниц).

Выделим из них наиболее употребляемые:

1. Уровни комфорта – критерий комплексный, его составляющие: площадь номеров, количество одноместных многокомнатных номеров, количество номеров–апартаментов, отсутствие или наличие удобств коммунальных непосредственно в номерах; – состояние инвентаря, мебели; – предприятия питания (их наличие, состояние); – состояние самого здания, обустройство территории, которая прилегает к этому зданию; – техническое оснащение информационное обеспечение; – дополнительные услуги. Каждое государство по–разному подходит к пониманию комфорта, поэтому единая

классификация гостиниц не существует. В Российской Федерации действует документ «Об утверждении порядка классификации объектов туристической индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения...», утвержденный приказом Минкультуры России от 11.07.2014 №1215 [5].

2. Номерной фонд – количество мест, которое можно предложить одновременно. Общепринято гостиницы разделяют на: – малые – (до 150 мест); – средние (до 400 мест); – большие (более 400 мест).

3. Назначение функциональное – решающий критерий, делят на две группы: целевые и транзитные. Транзитные (обслуживание во время кратковременной остановки, с ограниченным комфортом) и целевые: – делового назначения, для обслуживания находящихся в командировках; – для отдыха (обычно курортные).

4. Месторасположение и вид из номера.

5. Продолжительность деятельности (круглогодичные, сезонные).

6. Обеспеченность питанием: «всё включено» (дополнительно к размещению – четырёхразовое питание, напитки (в т.ч. и алкогольные); полный пансион (дополнительно к размещению – трёхразовое питание); полупансион (дополнительно к размещению – двухразовое питание); только размещение, возможен только завтрак.

7. Пребывание по продолжительности: длительное; кратковременное.

8. Ценовой диапазон: до 2380 руб. – бюджетные; до 3740 руб. – экономичные; до 6460 руб. – средние; до 13260 руб. – первоклассные, апартаментные; до 28900 руб. – фешенебельные [18].

Международная классификация гостиниц:

1 Звезда: построена из недорогих материалов, с наличием мебели и оборудования (кровати, белье (комплект), тумбочка у кровати, шкаф, вешалки, стулья, стол, шторы (плотные), стаканы, пепельница, зеркало, ярлыки «убрать» и «не беспокоить» (обязательны для любого типа гостиниц). Номера должны убираться ежедневно, бельё должно меняться раз в три дня. Если в гостинице более 3-х этажей, обязательно наличие лифта или

эскалатора. Количество душевых и туалетов рассчитано по одному на 5 номеров.

2 Звезды: построена из функциональных материалов (необязательно дорогих). Площадь номеров в квадратных метрах: одноместный – от 9, двухместный – от 12, трёхместный – от 16, четырёхместный – от 18. Минимальное оснащение идентично категории «1 звезда». Обязательно наличие умывальника, в половине номеров – санузел. Для остальных номеров душевая и туалет общие.

3 Звезды: органично выписываются в архитектуру. В номерах и общественных помещениях обязательно наличие декоративных элементов. Санузлы оборудуются техникой среднего качества и стоимости, пол и стены покрываются водонепроницаемым материалом, без недостатков. Лифт обязателен (если более 3-х этажей). Автостоянка. В номерах: телефон, холодильник, цветной телевизор, душ или ванная (вода и горячая, и холодная), туалет. Оснащение соответственно категории «2 звезды». Площадь номеров в квадратах: одноместный – от 10 и двухместный от 14. На территории – кафе или ресторан. Бельё в номере должно меняться ежедневно. Услуги: химчистка, уют, экскурсии, гид, переводчик.

4 Звезды: органично выписываются в архитектуру. Стильный дизайн. Строительные материалы качественные и дорогие, равно как оборудование и мебель в номерах, находящиеся в отличном состоянии. Площадь номеров в квадратах: одноместные – 16, двухместные – 20. Комплектация в номере соответствует первым трём категориям, однако качество должно быть выше.

5 Звёзд: дизайн интерьера исключительный. В вестибюлях, холлах и номерах – авторские работы, декорация, керамика, гобелены. Атмосфера должна быть респектабельной. Оборудование и общественных помещений, и комнат, и санузлов, выполняется из лучших материалов, характер имеет исключительный, особенный и находится в идеальном, безупречном состоянии. Площадь номеров одноместных – 18 квадратов, двухместных – 25 квадратов. Санузел от 5 квадратных метров. Каждый номер включает:

умывальник, душ, ванна (с подогревом пола); кондиционер; телевизор; телефон; холодильник, бар, сейф. Дистанционные выключатели света. Звукоизоляция повышенная. Сигнализация. Комплектация мебели: кровати, стулья, кресла, столики (письменный и журнальный), в полный рост зеркало, посуда (к мини-бару), средства гигиены, фен, полотенца (банные, 4 шт.), халат, тапочки [40].

В гостиницах последних двух категорий обязательно должны быть: салон–парикмахерская, магазины и киоски, бизнес центр, бассейн, сауна, медицинский центр или кабинет, рестораны (несколько залов), бары, ночной клуб. Уборка ежедневная (в том числе смена белья). Стирка (исполнение до 12 часов), глажение (исполнение до 1 ч), химчистка (исполнение до 12 ч), услуги секретарей и переводчиков, круглосуточный обмен валют, прокат автомобиля (парковку и подачу машины осуществляет персонал), организована встреча и отъезд, бронирование места в ресторане, бронирование билетов и т.д. Персонал обязан владеть как минимум одним иностранным языком.

Фактически гостиничные предприятия в структуре индустрии туризма и гостеприимства выполняют ключевые функции, так как предлагают потребителям комплексный гостиничный сервис. Рассмотрим понятие гостиничного предприятия соответственно действующим нормативным документам. Согласно определению ГОСТ Р 53423–2009 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения»: гостиница, отель – предприятие, предоставляющее услуги размещения и, в большинстве случаев, услуги питания, имеющее службу приема, а также оборудование для оказания дополнительных услуг. В ст. 1 Закона РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132 от 24 ноября 1996 г. (в действующей редакции на май 2012 г.) [2] дано следующее понятие: средство размещения – подготовленное помещение, используемое организациями и предприятиями, а также индивидуальными предпринимателями без образования юридического лица – для оказания

услуг размещения (в общем случае – гостиница, отель и их разновидности). Это помещения, имеющие не менее 10 номеров, предоставляемые гражданам (а также туристам) для их временного проживания.

Под средством размещения, согласно терминологии Всемирной туристской организации, понимается любой объект помещения, который регулярно или иногда предоставляет туристам размещение для ночёвки. На практике средства размещения представляют собой широкий спектр – от дорогих гостиниц 5 звёзд до туристских приютов [69].

Гостиничные предприятия оказывают широкий спектр основных и дополнительных услуг, которые должны соответствовать требованиям РФ «Правилам предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации», утвержденных Минкультуры России от 9.10.2015 № 1085 [6]. В ГОСТ Р 55322–2012 «Услуги населению. Общие требования к малым средствам размещения для постоянного проживания». Под услугой понимается результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя услуг. Согласно «Правилам предоставления гостиничных услуг» к основным гостиничным услугам относятся проживание и питание. Оказание данных услуг является главной функцией гостиничного предприятия и регламентируется законодательными актами. Услуга размещения представляет собой предоставление гостю койко–места в номере определенной категории [17].

Согласно классификации [17], существуют следующие виды номеров: сьют, апартамент, люкс, студия и номера первой, второй, третьей, четвёртой и пятой категории. По признаку размещения выделяют: SGL (Single) – одноместное размещение, DBL (Double) – двухместное размещение, TRPL (Triple) – трёхместное размещение, QDPL (Quadruple) – четырёхместное размещение, ExB (Extra Bed) – дополнительная кровать, Chld (Child) – стоимость размещения ребенка до 12 лет.

Оказание услуги питания в гостиничном предприятии подразумевает наличие на территории гостиницы предприятия общественного питания. К основным формам питания в отелях относятся:

- а) RO (room only) – без питания;
- б) BB (bed&breakfast) – завтрак;
- в) HB (half board) – полупансион;
- г) FB (full board) – полный пансион;
- д) AI (all inclusive) – всё включено.

Гостиничные предприятия предоставляют широкий спектр дополнительных услуг. Дополнительные услуги не имеют законодательной регламентации, ограничены исключительно рамками легальности.

Соответственно, перечень дополнительных гостиничных услуг неограничен и может включать в себя: бронирование и продажу авиа–, ж/д билетов, визовая поддержка, заказ такси, услуги прачечной и химчистки, организация экскурсий, заказ театральных билетов, парковка, услуги спа, салона красоты и так далее.

В настоящее время не существует понятия определения гостиничной услуги на законодательном уровне. В свою очередь, услуга, оказываемая гостиничным предприятием, имеет ряд характеристик. Анализ научных источников авторов: Д. И. Елканова, Д. А.Осипов, В. В. Романов, Е. В. Сорокина, Ю. Е. Порочкина, Т. П. Иванова, Е. О. Похомчикова, А. Г. Семенченко, Н. Г. Старчикова позволяет выделить основные особенности гостиничных услуг:

– процесс производства и потребления происходит в одном временном промежутке. Для получения гостиничной услуги необходимо задействовать в процессе потребления как потребителя, так и исполнителя. Для предоставления услуги персоналу гостиницы приходится вступать в непосредственный контакт с потребителем. Для клиента данный контакт является неотъемлемой частью самой услуги:

– нематериальность гостиничных услуг. Гостиничная услуга не подлежит размещению, хранению, поставке и транспортировке. Для того чтобы оценить услугу, её сначала необходимо потребить. Услуга – это обещание выполнить определённые действия для удовлетворения потребностей клиента;

– гостиничные услуги невозможно подготовить заранее, так как они не выражаются в материальной форме. Гостиничный продукт производится для того, чтобы удовлетворять реальные потребности клиентов, и удовлетворять их нужно в определённый срок;

– неразрывная взаимосвязь производства и потребления. Это означает, что гостиничные услуги неотделимы от места их предоставления.

Таким образом, гостиничные услуги не могут быть произведены где-то, а потреблены гостем совершенно в другом месте. Гостиничная услуга не может иметь законченной, готовой формы, она формируется в процессе сервиса, при взаимодействии гостя (потребителя) и исполнителя (продавца):

– изменчивость качества. Качество оказываемых услуг зависит от их исполнителя и от обстановки их выполнения. Квалифицированность, настроение и другие факторы могут оказать большое влияние на качество исполнения услуги. Ведь один и тот же исполнитель может обслужить клиента совсем по-разному (например, в начале рабочего дня, когда у исполнителя больше сил, качество оказываемых им услуг будет выше, чем к концу рабочего дня, когда силы на исходе). Изменчивость услуги очень часто провоцирует недовольство со стороны потребителей;

– сезонность спроса на услуги гостиниц. Гостиничные услуги подвержены сезонным колебаниям и изменениям. Спрос на эти услуги изменчив. Для рынка данных услуг характерно колебание спроса в зависимости от времени года, дней недели (поскольку большинство туристов предпочитает летний отдых, а для делового туризма характерно повышение спроса в выходные дни) [15].

С целью сокращения сезонных колебаний и неопределённости спроса на гостиничные услуги маркетинговые службы на основании исследований могут выделить периоды возрастания и падения спроса под действием различных факторов: сезона, событийного календаря, времени отпусков, каникул, выходных и праздничных дней [19].

Таким образом, проанализировав и обобщив выше представленную информацию, сделаем вывод: гостиничная индустрия сегодня является важной составной частью сектора экономики, продуктом которого является гостиничная услуга, имеющая свою специфику. Гостиничное предприятие – это средство размещения, состоящее из определённого количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее набор услуг (минимум – заправка постелей, уборка номера и санузла) и сгруппированная в классы в соответствие с предоставляемыми услугами и оборудованию номеров. Услуги гостиниц подразделяются на основные и дополнительные. К основным относятся: вызов скорой помощи; пользование медицинской аптечкой; доставка в номер корреспонденции по её получении; побудка к определённому времени; предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов. К дополнительным услугам относятся: экскурсионное обслуживание; заказ услуг гидов –переводчиков; организация продажи билетов на все виды транспортов; заказ мест в ресторанах города; ремонт обуви; покупка и продажа цветов; услуги бизнес – центра и т.д.

1.2. Нормативно – правовая база предоставления гостиничных услуг

Национальное законодательство в сфере регулирования гостиничной деятельности можно разделить на две группы. В первую входят общие нормативные правовые акты: Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ,

Закон «О защите прав потребителей», Федеральные законы «О техническом регулировании», «Об охране окружающей среды», «О рекламе» и др.

Вторую группу составляют специальные нормативные правовые акты: Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», «Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации», национальные российские стандарты.

Отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг) регулирует Закон №2300-1 «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. Настоящий Закон также устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья потребителей, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.

В статье 7 п.1 данного Закона сказано, что потребитель имеет право на то, чтобы «...услуга при обычных условиях использования... была безопасна для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды...». В п.3 этой же статьи отмечено: «если для безопасного использования... услуги необходимо соблюдать специальные правила, изготовитель (исполнитель) обязан указать эти правила в сопроводительной документации на... услугу, а продавец (исполнитель) обязан довести эти правила до сведения потребителя» [2].

Оказание гостиничных услуг в России осуществляется в соответствии с Правилами предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. № 1085 (далее – «Правила предоставления гостиничных услуг»). Новые Правила более полно по сравнению с прежними определяют правила бронирования номеров в гостиницах – введены понятия «гарантированное» и «негарантированное» бронирование. Кроме того, Правила дают определение

общего понятия «бронирование» – под ним понимается предварительный заказ мест и (или) номеров в гостинице заказчиком (потребителем).

Бронирование считается действительным (т.е. оформленным) с момента получения потребителем (заказчиком) уведомления, содержащего сведения о наименовании (фирменном наименовании) исполнителя, заказчике (потребителе), категории (виде) заказанного номера и о его цене, об условиях бронирования, о сроках проживания в гостинице, а также иных сведений, определяемых исполнителем (администрацией гостиницы). Иными словами, бронирование представляет собой разновидность предварительного договора, в котором стороны достигают соглашения о существенных условиях договора о предоставлении гостиничных услуг.

Во избежание недоразумений в Правилах перечислены виды документа, удостоверяющего личность потребителя, который исполнитель (гостиница) вправе запросить для заключения договора о предоставлении гостиничных услуг (п.19 Правил). К таким документам отнесены:

а) паспорт гражданина Российской Федерации, удостоверяющий личность гражданина Российской Федерации на территории Российской Федерации;

б) паспорт гражданина СССР, удостоверяющий личность гражданина Российской Федерации, до замены его в установленный срок на паспорт гражданина Российской Федерации;

в) свидетельство о рождении – для лица, не достигшего 14–летнего возраста;

г) паспорт, удостоверяющий личность гражданина Российской Федерации за пределами Российской Федерации, – для лица, постоянно проживающего за пределами Российской Федерации;

д) паспорт иностранного гражданина либо иной документ, установленный федеральным законом или признанный в соответствии с международным договором Российской Федерации в качестве документа, удостоверяющего личность иностранного гражданина;

- е) документ, выданный иностранным государством и признанный в соответствии с международным договором Российской Федерации в качестве документа, удостоверяющего личность лица без гражданства;
- ж) разрешение на временное проживание лица без гражданства;
- з) вид на жительство лица без гражданства [3].

При гарантированном бронировании гостиница ожидает потребителя до расчётного часа дня, следующего за днем запланированного заезда. В случае несвоевременного отказа от бронирования, опоздания или незаезда потребителя с него или с заказчика взимается плата за фактический простой номера (места в номере), но не более чем за сутки. При опоздании более чем на сутки гарантированное бронирование аннулируется [35].

При негарантированном бронировании гостиница ожидает потребителя до определённого часа, установленного исполнителем, в день заезда, после чего бронирование аннулируется. Потребитель вправе аннулировать заявку о бронировании. Необходимо отметить, что Правила отнесли на усмотрение исполнителя лишь определение порядка и формы отказа от бронирования. Правилами не установлены последствия для потребителя вследствие отказа от бронирования. По принятой международной практике зачастую бронирование осуществляется при условии предварительной оплаты стоимости проживания за короткий срок, как правило, за одни сутки, или даже в меньших размерах. При отказе от бронирования внесённый платеж не возвращается. Однако в России в некоторых особенно популярных туристических местах встречается практика бронирования при условии оплаты проживания более продолжительного периода, при отказе от бронирования уплаченная сумма не возвращается. Представляется, что такие ситуации нуждаются в дополнительной проработке в рамках Правил предоставления гостиничных услуг [3].

Согласно п. 14 Правил предоставления гостиничных услуг бронирование может быть осуществлено в любой форме, в том числе путём составления документа, подписанного двумя сторонами, а также путём

принятия заявки на бронирование (далее – заявка) посредством почтовой, телефонной и иной связи, позволяющей установить, что заявка исходит от потребителя или заказчика. Форма заявки устанавливается исполнителем (т.е. администрацией гостиницы) [3].

В соответствии с п. 1 ст. 426 ГК РФ договор на предоставление гостиничных услуг (гостиничное обслуживание) является публичным договором. Согласно п. 1 ст. 10 Закона РФ от 07.02.1992 N 2300–1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон о защите прав потребителей) исполнитель обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию об услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора. Установлено, что по отдельным видам товаров (работ, услуг) перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Российской Федерации. В соответствии с данной нормой Правила предоставления гостиничных услуг, как старые, так и новые, традиционно содержат условия о перечне и способах доведения до постояльцев информации об условиях предоставления гостиничных услуг.

В соответствии с п.26 Правил предоставления гостиничных услуг исполнитель (гостиница) не вправе без согласия потребителя (постояльца) выполнять дополнительные, не входящие в цену номера, услуги за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты таких услуг, а если они оплачены, потребитель вправе потребовать от исполнителя возврата уплаченной суммы.

Потребитель (заказчик) обязан оплатить гостиничные услуги и иные платные услуги в полном объёме после их оказания потребителю. С согласия потребителя (заказчика) оплата гостиничных услуг может быть произведена при заключении договора в полном объёме или частично [3].

При осуществлении расчётов с потребителем исполнитель выдаёт потребителю кассовый чек или документ, оформленный на бланке строгой отчетности. Плата за проживание в гостинице взимается в соответствии с расчётным часом. В случае задержки выезда потребителя после установленного расчётного часа плата за проживание взимается с

потребителя в порядке, установленном исполнителем. При размещении потребителя с 0 часов 00 минут до установленного расчётного часа плата за проживание взимается в размере, не превышающем плату за половину суток. Учитывая, что постоялец может прибыть в гостиницу в любое время суток, в интересах постояльца пунктом 22 Правил предоставления гостиничных услуг специально установлено, что исполнитель должен обеспечить круглосуточное оформление постояльцев, прибывающих в гостиницу и убывающих из нее. Исключение для этого правила по вполне понятным причинам установлено для гостиниц с номерным фондом не более 50 номеров («малые средства размещения»). Также постоялец вправе в любое время суток требования от администратора оформить все необходимые документы при прекращении проживания в гостинице. Правилами предоставления гостиничных услуг установлены особые гарантии защиты интересов постояльца при досрочном расторжении договора по инициативе постояльца [3].

В соответствии с п. 32 Правил предоставления гостиничных услуг при досрочном расторжении договора с гостиницей постоялец обязан оплатить гостинице фактически понесенные расходы. Как правило, к таким расходам относится стоимость проживания и расходы, понесенные гостиницей в целях исполнения договора с постояльцем, если они не входят в стоимость проживания (например, за оказание дополнительных услуг, не включенных в цену номера). Последствия отказа от исполнения договора о предоставлении гостиничных услуг по инициативе постояльца (заказчика), сформулированные в пункте 32 Правил предоставления гостиничных услуг, полностью соответствуют правилам об одностороннем отказе от исполнения договора возмездного оказания услуг, установленным в статье 782 Гражданского кодекса Российской Федерации [3].

Возможность установления каких-либо штрафных санкций со стороны гостиницы в данном случае законодательством не предусмотрена. Для гостиницы как для субъекта предпринимательской деятельности

установлены более строгие правила отказа от исполнения договора об оказании гостиничных услуг. Гостиница имеет право на этот шаг лишь в случае нарушения постояльцем условий договора; при этом постоялец обязан лишь возместить гостинице фактически понесенные ей расходы; штрафные санкции в отношении постояльца не предусмотрены и в этом случае. Стоит отметить, что правила в отношении отказа исполнителя от исполнения договора о предоставлении гостиничных услуг отличаются более строгими требованиями к исполнителю по сравнению с общими положениями об одностороннем отказе исполнителя от исполнения договора возмездного оказания услуг, сформулированными в пункте 2 статьи 782 Гражданского Кодекса Российской Федерации, в соответствии с которым право исполнителя на односторонний отказ не обусловлено нарушением договора со стороны заказчика (потребителя).

Отношения гостиницы и постояльца в связи с обеспечением сохранности вещей постояльца регулируются гражданским законодательством, а именно статьей 925 ГК РФ, которая так и озаглавлена «Хранение в гостинице». По сравнению с общими положениями о договоре хранения у отношений в связи с хранением в гостинице имеется особенность – отдельный договор хранения между гостиницей и постояльцем не заключается. Обязанность гостиницы по обеспечению сохранности вещей постояльца возникает автоматически с момента заселения постояльца, в силу самого факта проживания постояльца в гостинице. Внесённой вещью считается любая вещь, помещенная в стенах гостиницы – в номере, коридоре или столовой, где отведены места для оставления вещей, а также вещь, вверенная работникам гостиницы [4].

Объявления администрации гостиницы о том, что она не несет ответственности за несохранность вещей постояльцев, противоречат положениям статьи 925 Гражданского Кодекса Российской Федерации и не являются основанием для освобождения от такой ответственности. В соответствии с пунктом 2 статьи 925 обязанность гостиницы обеспечить

сохранность вещей постояльцев не распространяется на следующие виды вещей:

- деньги;
- валютные ценности;
- ценные бумаги;
- драгоценности;
- иные ценные вещи [4].

Гостиница отвечает за утрату вышеперечисленных вещей постояльца только при условии, что они были приняты гостиницей на хранение либо были помещены постояльцем в предоставленный ему гостиницей индивидуальный сейф независимо от того, находится этот сейф в его номере или в ином помещении гостиницы. Если же из этого сейфа вещи постояльца все же пропали, гостиница освобождается от ответственности за несохранность содержимого такого сейфа, если докажет, что по условиям хранения доступ к сейфу без ведома постояльца был невозможен либо стал возможным вследствие непреодолимой силы. То есть, бремя доказывания в данном случае падает на гостиницу. В соответствии с пунктом 3 статьи 925 ГК РФ на постояльца возложена обязанность незамедлительного оповещения администрации гостиницы о пропаже или повреждении своих вещей. В противном случае гостиница освобождается от ответственности за несохранность вещей.

Подводя итоги, можно перечислить следующие случаи освобождения гостиницы от ответственности за утрату или повреждение вещей постояльцев:

- постоялец, обнаруживший утрату, недостачу или повреждение своих вещей, не заявил своевременно об этом администрации гостиницы;
- утраченная вещь была оставлена в не отведенных для этого местах – у входа в гостиницу, на стойке администратора (если вещь при этом не была передана непосредственно в руки работника гостиницы) и т.д.;

– утраченная вещь относится к ценным вещам (деньги, драгоценности и т.д.) и не была передана гостинице на хранение или помещена в специальный индивидуальный сейф;

– утраченная вещь находилась в индивидуальном сейфе, но по условиям хранения доступ кого–либо к сейфу без ведома постояльца был невозможен либо стал возможным вследствие непреодолимой силы.

Оказываемые гостиничные услуги помимо вышеуказанных нормативных документов должны соответствовать следующим национальным российским стандартам:

– ГОСТ Р 53423 – 2009 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения» [10].

– ГОСТ Р 51185 – 2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» [11].

– ГОСТ Р 56780 – 2015 «Услуги средств размещения. Бизнес – услуги. Общие требования» [12].

– ГОСТ Р 56641 – 2015 «Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования» [13].

–ГОСТ Р 55817 – 2013 «Услуги средств размещения. Общие требования к индивидуальным средствам размещения» [14].

– ГОСТ Р 54606 – 2011 «Услуги малых средств размещения. Общие требования» [15].

– ГОСТ Р 55319 – 2012 «Услуги средств размещения. Общие требования к специализированным средствам размещения» [16].

– ГОСТ Р 54603 – 2011 «Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу» [17].

На основании проведенного теоретического анализа сделаем вывод:

Гостиница – это предприятие, целью которого является получение прибыли с помощью продажи своего «товара» в виде комплекса услуг (услуги размещения и услуги питания). Существуют определенные факторы, которые оказывают влияние на объемы продаж. К таким факторам относятся:

– месторасположение гостиницы. Этот фактор, несомненно, играет очень большую роль, так как именно от него зависят цена проезда до гостиницы, привлекательность окружающей среды, развитость инфраструктуры страны или города;

– уровень сервиса. Данный фактор зависит от качества и полноты предоставляемых услуг, наличия различных видов удобств, их стиля и качества;

– цена. Данный фактор иногда может быть решающим при выборе гостиницы;

– удобство обслуживания;

– ассортимент услуг. Сегодня гостиницы предлагают большой спектр услуг, способных удовлетворить почти все прихоти постояльцев. Самые распространенные – это услуги по проживанию, услуги общественного питания. В хорошей гостинице, не выходя за ее пределы, можно сделать себе качественную стрижку, попариться в сауне или поиграть в бильярд. Основной доход гостиницы приходится на плату за проживание, но при хорошо развитом дополнительно сервисе тоже можно получить неплохую прибыль;

– имидж гостиницы. Данным фактором очень дорожит каждая гостиница, так как он помогает ей оставаться конкурентоспособной и получать дополнительную прибыль (в случае положительного имиджа). Имидж – это комплекс, состоящий из всех вышеперечисленных факторов.

Выводы по первой главе:

1. Гостиничная услуга – это особый гостиничный продукт, приобрести который можно с помощью обменных сделок. Клиент платит не за право владения номером, а за право иметь к нему доступ в оговоренное время. Современные условия бизнеса требуют от гостиниц решать все производственные и другие вопросы в максимально короткие сроки. Люди не любят ждать, поэтому для повышения качества обслуживания необходимо оказывать услуги быстро и качественно. Гостиничные услуги могут быть

основными и дополнительными. Основные услуги гостиницы могут быть платными и бесплатными. Но есть и бесплатный перечень услуг, часть которых регламентирована и чётко прописана, а часть внедрена самими владельцами гостиницы с целью повышения уровня сервиса.

2. Национальное законодательство в сфере регулирования гостиничной деятельности можно разделить на две группы. В первую входят общие нормативные правовые акты: Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ, Закон «О защите прав потребителей», Федеральные законы «О техническом регулировании», «Об охране окружающей среды», «О рекламе» и др.

Вторую группу составляют специальные нормативные правовые акты: Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», «Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации», национальные российские стандарты.

ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ ДЛЯ БУТИК ОТЕЛЯ «PASTEL'»

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

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дополнительная услуга обеспечивает привлекательность отеля, повышает имидж, привлекает новых гостей и т.д. Учитывая пожелания гостей, при введении новой услуги, которую они хотят видеть в отеле, услуга пользуется спросом и предложением, тем самым привлекая ещё больше гостей, так как самое важное в гостиничном бизнесе – это удовлетворение пожеланий гостей. Гость должен получить то, что нужно именно ему, – выполнение данного правила и свидетельствует о высоком уровне гостиничной услуги.

Современные условия бизнеса требуют от гостиниц решать все производственные и другие вопросы в максимально короткие сроки. Люди не любят ждать, тратить своё время, поэтому для повышения качества обслуживания необходимо оказывать услуги быстро и качественно. Гостиничные услуги могут быть основными и дополнительными. Учитывая наличие предприятий – конкурентов, требуется дополнительные факторы привлекательности, которые будут более выразительно выделять Бутик Отель «Pastel'» из ряда похожих предприятий размещения, тем более расположенных в предельно допустимой близости. Таким образом, необходимость пересмотра, корректировки и расширения спектра дополнительной услуги можно считать вполне обоснованной. Путём введения дополнительной услуги отель стремится повысить долговременную конкурентоспособность. Дополнение продукта новой услугой расширяет возможности продуктовой стратегии, а эффективность дополнительной услуги получается за счёт дополнительного привлечения потребителей, которым данное предложение является преимущественным при выборе отеля в городе Екатеринбурге.

В первой главе работы были рассмотрены теоретические аспекты изучения гостиничных услуг. Выявлено, что кроме обязательных и бесплатных услуг, гостиницы предоставляют целый комплекс всевозможных

дополнительных услуг, которые оплачиваются дополнительно. Перечень дополнительных услуг может дополняться, видоизменяться и дифференцироваться в зависимости от размеров отеля, его месторасположения и целевого назначения, уровня комфортабельности и других причин. Перечень и качество предоставления платных дополнительных услуг должен соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории.

Во второй главе работы были рассмотрены основные этапы проектирования дополнительной услуги. Путём проведения анкетирования было выявлено, что в Бутик Отеле «Pastel'» гости желают видеть дополнительную услугу «профессиональный фотограф».

При введении новой услуги, которую хотят видеть гости отеля, услуга пользуется спросом, удовлетворяет потребности гостей, что является самым важным в сфере обслуживания, а также положительно воздействует на формирование желаний гостей выбирать Бутик Отель «Pastel'».

Введение дополнительной услуги способствует становлению гостиничного дела как отрасли экономической деятельности, с течением времени приносящей всё большие и стабильные доходы. Дополнительная гостиничная услуга позволяет гостиничному предприятию одержать победу в сложной конкурентной борьбе на рынке размещения, является непременной составляющей деятельности любого гостиничного предприятия. Именно дополнительные услуги обеспечивают привлекательность отеля.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Текст].
2. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Текст] от 24.11.1996 г. № 132 –ФЗ.
3. Закон РФ от 07.02.1992 N2300-1 «О защите прав потребителей» [Текст].
4. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015г. [Текст] N 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».
5. Постановление Правительства от 15 апреля 2014г. [Текст] № 317 «Об утверждении Государственной программы развития культуры и туризма в Российской Федерации на 2013–2020 гг.
6. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» [Текст] от 18 июля 2007 г. № 452. / «Собрание законодательства РФ». – 23.07.2007. –№ 30. –Ст. 3942; «Российская газета». –№ 159. –2007. – 25 июля.
7. Приказ Минкультуры РФ от 11 июля 2014 года [Текст] № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемая аккредитованными организациями» (зарегистрировано в Минюсте России 29.12.2014 № 35473).
8. Приказ Минкультуры от 29.04.2015 [Текст] № 1340 «Об утверждении порядка аккредитации организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи» (Зарегистрировано в Минюсте России 07.10.2015 N 39191).
9. Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации от 15 августа 1997 года [Текст] № 1025 (в ред. Постановлений Правительства РФ от 01.02.2005г. № 49) / «Собрание актов Президента

и Правительства РФ». – 21.06.1993. – № 2. – Ст. 2263 / «Российские вести». 1993. – № 127. – 6 июля.

10. ГОСТ Р 53423 – 2009 Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения (действует) [Текст].
11. ГОСТ Р 51185 – 2014 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования (действует) [Текст].
12. ГОСТ Р 56780 – 2015 Услуги средств размещения. Бизнес –услуги. Общие требования (вступил в силу 01.10.2016). ГОСТ Р 56641 – 2015 Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования (вступил в силу 01.07.2016) [Текст].
13. ГОСТ Р 55817 – 2013 Услуги средств размещения. Общие требования к индивидуальным средствам размещения (действует) [Текст].
14. ГОСТ Р 54606 – 2011 Услуги малых средств размещения. Общие требования (действует) [Текст].
15. ГОСТ Р 55319 – 2012 Услуги средств размещения. Общие требования к специализированным средствам размещения (действует) [Текст].
16. ГОСТ Р 54603 – 2011 Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу (действует). ГОСТ Р 56184 – 2014 Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам (действует) [Текст].
17. ГОСТ Р 55322 – 2012 Услуги населению. Общие требования к малым средствам размещения для постоянного проживания (действует) [Текст].
18. Барышева, Н. Отель – гость. Практические рекомендации по содержанию отеля / Тарарина Л. Челябинск: [Текст] Издательский дом «Аркаим», 2014.
19. Баумгартен, Л.В. Методы определения удовлетворённости потребителей услугами туризма Экономические науки [Текст] Проблемы модернизации экономики на современном этапе / Вестник МЛГУ. 2010. Выпуск N 6(586).
20. Баумгартен, Л.В. Стандартизации и сертификации в туризме [Текст]: Учебник. М.: Дашков и Ко, 2015.

21. Баумгартен, Л.В. Управление качеством услуг в туризме [Текст]: Учебник. М.: Издательский центр «Академия», 2010.
22. Бодрова, О. Сто дней новобранца, или как утвердиться на новом месте? [Текст] / Справочник по управлению персоналом. – 2015. – №1.
23. Большая Российская энциклопедия Тамм И. Е. [Текст].
24. Веснин, В.Р. Практический менеджмент персонала [Текст] – М., Дело. 2015. –224с.
25. Воеводина, Н. Управление персоналом в России: на пути к достижению стратегических целей компании [Текст] / Управление персоналом. – 2015. – №14.
26. Волина, В. Методы адаптации персонала [Текст] / Управление персоналом. – 2015. – №13.
27. Володина, Н. Оценка эффективности процесса адаптации [Текст] / Справочник по управлению персоналом, 2015, №5. Стр.58–63.
28. Волгин, А.П. Управление персоналом в условиях рыночной экономики (опыт ФРГ) [Текст] / Матирко, В.И. – М.: Дело, 2015.
29. Галкина, Н. В. Социально–экономическая адаптация [Текст] / Управление персоналом. – 2015. – №22.
30. Жукова А. Адаптация по компетенциям [Текст] / Справочник по управлению персоналом. – 2014. – №10. – С.54 – 62.
31. Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час [Текст] – 4–е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. – 160 с.
32. Исмаев, Д. К. Маркетинг гостиничных услуг в России [Текст] / М.: Высшая школа по туризму и гостиничному хозяйству, 2013. – 342 с.
33. Кабушкин, Н. И. Менеджмент туризма [Текст]: Учебник / Минск, 2014. – 239 с.
34. Кабушкин, Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов [Текст]: Учебное пособие. Мн.: Новое знание, 2010.
35. Кайдас, Э. Почему новички уходят или как построить эффективную систему адаптации? [Текст] / Управление персоналом. – 2015. – №23.

36. Кибанов, А.Я. Оценка экономической и социальной эффективности проекта совершенствования системы и технологии управления персоналом организации [Текст] Учебное пособие, Москва, Инфра–М 2014 г.
37. Классификация функций и видов дополнительных услуг [Текст] / Персональная страница «Эксперт». Классификация функций и видов дополнительных услуг Москва 2014.
38. Кобяк, М. В. Управление качеством в гостинице / Скобкин, С.С. [Текст] Учеб. пособие. М.: Магистр, 2015.
39. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст]: Учебник для вузов / Котлер, Ф., Боуэн, Дж., Мейкенз. Дж. 4–е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2010.
40. Кусков, А. С. Гостиничное дело: учебное пособие [Текст] –М.: «Дашков и К», 2010. – 328с.
41. Маркс, К. Капитал. Критика политической экономии [Текст] Том 1. Книга 1. Процесс производства капитала.
42. Овчинникова, Т. Структурная модель адаптации персонала к кризисным условиям [Текст] / Управление персоналом. – 2015. – №3.
43. Лесника, А. Л. Организация и управление гостиничным бизнесом [Текст]: Учебник / Под ред. А.В. Чернышева. М.: Издательский дом «Альпина», 2014.
44. Плешин, И. Ю. Управление персоналом [Текст] – Спб.: 2015. – 77с.
45. Романов, В. А. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование [Текст]: Учебное пособие / Романов, В. А. Цветкова С.Н., Шевцова, Т.В. М.: ИКЦ «Март»; Ростов н /Д: Издательский центр «Март», 2015.
46. Симонова, И. Адаптация молодых специалистов [Текст] / Дудаева, Л. Служба кадров и персонал. – 2014. –№11.
47. Современные технические ресурсы инженерного обеспечения гостиниц [Текст] М.: ОАО «ГАО «Москва», 2015.

48. Сымыгин, С. И. Менеджмент персонала [Текст] / Столяренко, Л. Д. – Р–н/Д., 2015. – 125с.
49. Таллицких, Е. В. Создание эффективного HR–отдела. Руководство менеджера по персоналу [Текст] – М.: Вершина, 2015. – 232 с.
50. Техники подбора персонала [Текст]: Искусство находить лучших. – СПб.: Речь, 2015. – 169 с.
51. Технология поиска, отбора и адаптации персонала [Текст] / Справочник по управлению персоналом. – 2015. – №3.
52. Управление организацией [Текст] Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина, Кибанова. – М., 2014. – 445с.
53. Управление персоналом на производстве [Текст] Уч. Пособие. Под ред. Н.И. Шаталовой, Н.М. Бурносова. – М.: Юнити, 2015.
54. Управление персоналом организации: практикум [Текст] Уч. Пособие. (для студентов вузов обуч. По напр. И спец. «Менеджмент»). Кибанов А.Я., Баткаева И.А., Ворожейкин И.Е., и др.; М–во общ. И проф. Обр. РФ, Гос. Ун–т упр., Под. ред. А.Я. Кибанова. М.: Инфра – М, 2014.
55. Управление персоналом [Текст] Учебное пособие для студентов вузов/Е.А. Аксенова, Т.Ю. Базаров, В.Л. Еремин и др., М.: Юнити – Дана, 2015.
56. Управление персоналом: от фактов настоящего к возможностям будущего [Текст]: (Уч. Пособие). А.А. Брасс, В.Е. Глушаков, В.Н. Кривцов, Р.С. Седегов, Минск.: Технопринт, 2015.
57. Управление персоналом. Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. [Текст] – М., Инфра–М 2014.– 242с
58. Фролова, Т.А. «Экономика и управление в сфере социально–культурного сервиса и туризма» [Текст] / Фролова, Т.А. М.–Речь 2016, с.87.
59. Шабанова, Ю. Адаптация нового персонала [Текст] / Управление персоналом, №10, 2015.

60. Шевцова, И. В. Тренинг личностного роста [Текст] / Шевцова, И. В. – М. Речь, 2015. – 144 с.
61. Шекшня, С. В. Управление персоналом в современной организации [Текст] / Шекшня, С. В. – М.: Бизнес–школа Интел–Синтез, 2015. – 355 с.
62. Шкатулла, В. И. Настольная книга менеджера по кадрам [Текст] / Шкатулла, В. И. – М.: НОРМА – ИНФРА, 2015. – 527 с.
63. Шредер, Г. А. Руководить сообразно ситуации [Текст] / Шредер, Г. А. – М.: СПб «Интерэксперт», 2014. – 160 с.
64. Адаптация персонала – рецепт финансовой стабильности Вашего бизнеса – www.hr-portal.ru (Сообщество HR–Профессионалов) [Электронный ресурс].
65. Конкурентоспособность гостиничных предприятий [Электронный ресурс] / [Персональная страница «Лесник А.Л.». Конкурентоспособность гостиничных предприятий URL: chrome-extension://oemmnndcbldboiebfnladdacbdm/adadm/http://www.stroimhotel.ru/files/pdf/metodology/metod/04.pdf.
66. Официальный сайт Бутик Отеля «Pastel’» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://hotel – pastel.ru/](http://hotel-pastel.ru/). –Загл. с экрана.
67. Рекомендации по разработке системы управления качеством продукции (услуг) на уровне предприятий гостиничного хозяйства. URL: [Электронный ресурс] <http://docload.ru/SNiP/Data1/47/47942/index.htm>.
68. С места в карьеру, или как помочь новичкам стать эффективными [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.hr-portal.ru (Сообщество HR–Профессионалов).
69. Тургостиница [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://turgostinica.ru/gostinichniy–biznes–i–ego–razvitiye–v%20sovremennich–us/2–3–rekomendatsii–vsemirnoy–turistskoy–organizatsii–vto/vse–stranitsi.html](http://turgostinica.ru/gostinichniy-biznes-i-ego-razvitiye-v%20sovremennich-us/2-3-rekomendatsii-vsemirnoy-turistskoy-organizatsii-vto/vse-stranitsi.html).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Анкета для гостей Бутик Отеля «Pastel'»

Данное анкетирование проводится с целью совершенствования качества обслуживания. Исследование анонимно:

1. Вы приехали в Бутик Отель «Pastel'»?
 - 1) Из дальнего зарубежья.
 - 2) Из ближнего зарубежья.
 - 3) Из РФ.
2. Цель Вашего визита в Бутик Отель «Pastel'»?
 - 1) Культурный отдых и туризм.
 - 2) Работа, командировка.
 - 3) Посещение мероприятий, проходящих в Бутик Отеле «Pastel'».
3. Ваш пол:
 - 1) Женский.
 - 2) Мужской.
4. Ваш возраст:
 - 1) От 20 лет до 30 лет.
 - 2) От 30 лет до 40 лет.
 - 3) От 40 лет до 55 лет.
 - 4) От 55 лет и выше.
5. Вы приезжаете в гостиницу Бутик Отель «Pastel'»:
 - 1) В первый раз.
 - 2) Уже несколько раз.
 - 3) Регулярно на протяжении нескольких месяцев.
 - 4) Регулярно на протяжении нескольких лет.
6. Какими дополнительными услугами отеля Вы пользуетесь:
 - 1) Мини – бар.
 - 2) Заказ авиа– и ж/д билетов.
 - 3) Заказ такси.
 - 4) Услуги прачечной.

5) Мелкий ремонт одежды.

7. Какую дополнительную услугу Вы бы хотели видеть в отеле:

1) Профессиональный фотограф.

2) Стилист.

3) Аппарат для чистки обуви.

4) Меню подушек.

5) Плеера с аудио экскурсиями.

6) Аппарат для очистки воздуха.

7) Детская кровать.

8. По какой цене новая дополнительная услуга была бы приемлема для Вас:

1) От 1500 руб. до 2500 руб.

2) От 2500 руб. до 4000 руб.

3) От 4000 руб. и выше.

9. Каким образом Вам было бы удобнее получать новую дополнительную услугу:

1) Через администратора.

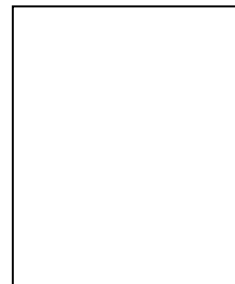
2) Самостоятельно связываться.

Большое спасибо за Ваше внимание!

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Анкета при приёме на работу

Претендент на должность _____



Фамилия _____ Имя _____ Отчество _____

Дата рождения _____ Гражданство _____

Место рождения (село, город, край, область, республика): _____

Адрес (место жительства): индекс, область, город, улица, дом, квартира _____

Адрес (место прописки): индекс, область, город, улица, дом, квартира _____

Домашний телефон _____ Сотовый телефон _____ Рабочий телефон _____

Паспортные данные _____

Семейное положение _____

Сведения о близких родственниках (муж, жена, отец, мать, братья, сестры, дети):

Степень родства	Ф.И.О.	Дата рождения	Место работы, должность	Телефон	Адрес (место жительства)

Отношение к воинской обязанности и воинское звание: _____

Образование:

Дата поступления	Дата окончания	Название учебного заведения	Специальность

Дополнительное образование:

Навыки владения компьютером, с какими программными продуктами приходилось работать:

Знание иностранных языков, степень владения:

Рекомендатели (должность, Ф.И.О. и контактный телефон)

Трудовая деятельность (укажите в обратном хронологическом порядке 5 последних мест Вашей работы)

Дата		Наименование организации	Должность	Адрес организации	Причина увольнения (фактическая)
начало	окончание				

Желаемый уровень заработной платы:

на испытательный срок _____

после испытательного срока _____

Преимущества Вашей

кандидатуры: _____

Ваши хобби _____

Какую информацию Вы хотели

бы добавить о себе _____

Против проверки предоставленной мною информации не возражаю.

Дата заполнения _____

Подпись _____

Соглашение о сотрудничестве

_____ «__» _____ 200_ г.

_____, именуемое в дальнейшем _____ в лице директора _____, действующего на основании Устава, с одной стороны, и _____, именуемое в дальнейшем _____ в лице _____, действующего на основании _____, с другой стороны, совместно в дальнейшем именуемые "Стороны", заключили настоящее Соглашение о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Участие _____ в осуществлении сотрудничества в рамках настоящего Соглашения выражается в оказании

2. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

В соответствии с текстом настоящего Соглашения Стороны обязуются:

2.1. _____ обязуется:

2.2. _____ имеет право:

2.6. _____ обязано:

предоставить _____;

- оказывать _____.

3. СРОК ДЕЙСТВИЯ СОГЛАШЕНИЯ

3.1. Настоящее Соглашение вступает в силу со дня его подписания Сторонами и действует, до момента пока одна из Сторон не потребует его расторжения.

3.2. Настоящее Соглашение может быть расторгнуто по инициативе любой из Сторон, при этом расторгающая Соглашение Сторона обязана уведомить другую Сторону за месяц до даты предполагаемого расторжения.

4. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

4.1. Настоящее Соглашение составлено в двух экземплярах, полностью идентичных и имеющих равную силу, по одному экземпляру для каждой из Сторон.

4.2. Изменения и дополнения к настоящему Соглашению могут и должны совершаться только по взаимному соглашению Сторон в письменном виде.

1.1. Стороны договорились совместно и согласованно осуществлять деятельность по

Участие _____ в осуществлении сотрудничества в рамках настоящего Соглашения выражается в

4.3. Все приложения, дополнения и протоколы к настоящему Соглашению являются его неотъемлемой частью, если это оговорено в этих приложениях, дополнениях и протоколах.

5. АДРЕСА, РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

Адрес: _____

Адрес: _____

должность	должность
_____	_____
(подпись)	(подпись)