

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 ГОСТИНИЦЫ**

*Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.03 – Гостиничное дело*

Исполнитель:

Бахарева Диана Вячеславовна,
студент БД-42z группы
заочного отделения

_____ Г.
« ___ » _____

Научный руководитель:

Беляева Л. А.,
доктор филос. наук, профессор

_____ Г.
« ___ » _____

Екатеринбург 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ДЛЯ ГОСТИНИЦЫ.....	6
1.1. Понятие и виды гостиничных услуг.....	6
1.2. Особенности проектирования дополнительных услуг для гостиницы.....	15
ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ ДЛЯ ГОСТИНИЦЫ.....	23
2.1. Анализ дополнительных услуг гостиницы «Уральская».....	23
2.2. Проектирование дополнительной релаксационно- оздоровительной услуги для гостиницы «Уральская».....	33
2.3. Обоснование экономической эффективности внедрения релаксационно-оздоровительной услуги для гостиницы «Уральская».....	41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	46
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	48
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Глоссарий.....	54
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Анкета	55
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Соглашение о сотрудничестве.....	58

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день предприятия индустрии гостеприимства все без исключения в большей степени встречаются с потребностью развития системы обслуживания. Пакет услуг, предоставляемый и формируемый отелями, гостиницами и другими предприятиями индустрии гостеприимства не постоянно удовлетворяет требования современного потребителя, и, как следствие, многочисленные средства размещения встречаются с задачей привлечения отдыхающих.

Дополнительные услуги в гостиничном бизнесе представляет собой целостный процесс взаимодействия услуг с гостями, в частности, в досуговой сфере, в результате этого взаимодействия удовлетворяются культурно-творческие, релаксационно-оздоровительные, образовательные потребности и интересы гостей.

Всем известно, то, что официальный стандарт устанавливает гостиницу как коллективный способ размещения. При этом гостиница должна оказывать некоторый список дополнительных услуг, комплект которых находится в зависимости от ее категории. В случае если менеджер отеля никак не будет реагировать на факты реальности, а будет получать доход в основном за счет размещения, то отелю будет сложнее привлечь гостей, которые нуждаются в полноценном отдыхе и развлечении.

Наличие дополнительных услуг на сегодняшний день является для гостиниц основным источником дополнительной прибыли и привлекательности продукта, а также дает возможность увеличить качество обслуживания за счет формирования новых дополнительных гостиничных услуг, присутствие которых показывает конкурентоспособность отеля. Практическая деятельность демонстрирует, что повышение конкурентоспособности - это процесс творческий, соединенный с анализом большого количества условий, требующий на свою реализацию конкретных

средств, в том числе создание новых дополнительных гостиничных услуг как конкурентоспособного продукта.

Актуальность темы исследования заключается в потребности гостей отеля в организованном, интересном и качественном отдыхе во время проживания в отеле. Поэтому дополнительные услуги занимают одно из главных мест в деятельности отеля и представляют собой отдельную службу, тесно связанную с другими и имеющую определяющее значение в обеспечении его успешного функционирования в индустрии гостеприимства.

Гостиничные предприятия устанавливают деловые контакты и хозяйственные связи с предприятиями, предоставляющими услуги развлечения, отдыха, досуга и спорта. В гостиницах формируются службы, организующие отдых и досуг гостей, кроме того, многие гостиничные предприятия имеют собственную спортивную базу (бассейны, площадки для гольфа, тенниса, водные аттракционы и другие), а также киноконцертные залы, различные клубы, дискотеки, игровые заведения.

В ходе выполнения работы были использованы труды С.И. Ожегова, Д.Н. Ушкова, Р.А. Фатхутдинова, И.М. Сидорова, позволившие дать понятие и сущность дополнительной услуги в индустрии гостеприимства. Значение дополнительной услуги в современной гостиничной индустрии представлены в работах А.Д. Чудновского, Н.И. Гагарина, Т.А. Фролова, Ю.Е. Кривоносова.

Объект выпускной квалификационной работы – индустрия гостеприимства как сфера оказания услуг.

Предмет выпускной квалификационной работы – дополнительные услуги для гостиницы.

Цель: разработать программу релаксационно-оздоровительных услуг с использованием горячих источников для гостиницы «Уральская».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- рассмотреть сущность понятия «дополнительная услуга» в индустрии гостеприимства;

-изучить виды дополнительных услуг в гостиничном предприятии;

- выявить особенности проектирования дополнительных услуг в гостинице;

- провести анализ дополнительных услуг, оказываемых в гостинице «Уральская»;

- разработать программу дополнительных релаксационно-оздоровительных услуг с использованием горячих источников для гостиницы «Уральская» и обосновать ее экономическую эффективность.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ДЛЯ ГОСТИНИЦЫ

1.1. Понятие и виды гостиничных услуг

Гостиница – это организация, целью которого считается получение дохода с помощью продажи своего «продукта» в виде комплекса услуг (услуги размещения, услуги питания и др.).

Существуют разнообразные определения понятия услуги. В узком смысле услуга – это процесс, который приносит пользу, помощь другому.

В более широком значении услуга – это итог, достигаемый при прямом содействии потребителя и исполнителя, а кроме того своей собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

Услуга – это нематериальный предмет, и, таким образом, ее невозможно определить, а возможно только лишь дать оценить.

Гостиничная услуга заключается в:

- услуге, которая предоставляет персонал гостиницы (наведение порядка в номере, оформление клиента, питание);
- услуги предоставления особого помещения, которое возможно применить целью удовлетворения собственных потребностей.

Основной компонент услуги размещения – это гостиничный номер (помещение, оборудованное для сна, развлечений, работы клиента). Главная роль гостиничного номера – возможность сна. В связи с направлением гостиницы и нужд гостей не менее важными могут быть такая функция, как возможность работать в номере (характерно для гостиниц бизнес-класса, имеющих в номере письменный стол, факс, телефон, компьютер).

Независимо от категории, оснащения техникой, площади, каждый номер должен иметь кровать, тумбочку или столик при каждой кровати,

кресло или стул по числу гостей, освещение всех комнат в номере, корзину для мусора.

Для того чтобы покормить гостей, нужно приготовление блюд на кухне, продажа приготовленных продуктов, безалкогольных и спиртных напитков, обслуживание постояльцев гостиницы в баре, ресторане, кафе и в гостиничных номерах.

Существуют дополнительные услуги в виде предоставления конференц-залов, бассейна, проката автомобилей, спортивного зала, услуг прачечной, химчистки, услуг массажного кабинета и парикмахерской.

В настоящее время услуга размещения принимается как должное, и с целью привлечения клиентов необходимо совершенствовать дополнительные услуги, которые сумеют помочь выделиться из гостиниц такой же категории.

Рассмотрим характерные черты гостиничных услуг. Ход пользования и изготовления совершается в одном временном промежутке. Для получения гостиничной услуги следует применять в ходе пользования ровно как исполнителя, так и потребителя. Для оказания услуги персоналу отеля доводится входить в прямую связь с потребителем. Для клиента эта связь считается важной частью самой услуги.

Нематерьяльность гостиничных услуг. Гостиничную услугу невозможно увидеть или потрогать, так как она неосязаема. Чтобы оценить услугу, ее сперва следует использовать. Услуга – это обещание выполнить конкретные действия для удовлетворения потребностей гостя.

Гостиничные услуги нереально подготовить заранее, так как они никак не проявляются в материальной форме. Гостиничный продукт выполняется с целью того, чтобы удовлетворять необходимые потребности клиентов, и выполнять их необходимо в определенный срок.

Изменчивость качества предоставляемых услуг находится в зависимости от их исполнителя и от ситуации их исполнения. Душевное состояние, квалифицированность и прочие условия имеют все шансы оказать колоссальное влияние на качество выполнения услуги. Один и тот же

исполнитель способен обслужить клиента совершенно по-разному (к примеру, в начале трудового дня, когда у исполнителя значительно больше сил, качество оказываемых услуг станет лучше, нежели к концу трудового дня, когда силы на исходе). Переменчивость услуги весьма зачастую вызывает возмущение со стороны потребителей.

Сезонность спроса на гостиничный продукт в зависимости от ситуации способна изменяться почти каждый день. Очень яркая сезонность выражается в странах с меняющимся климатом (большая часть туристов выбирают отдыхать в летние месяцы).

Существуют определенные условия, которые оказывают воздействие на объемы продаж. К таким условиям относятся:

- степень обслуживания. Это условие находится в зависимости от качества и полноты предоставляемых услуг, присутствие разных типов удобств, их стиля и особенности;

- местоположение отеля. Данный фактор, безусловно, играет весьма значительную роль, таким образом, непосредственно от него зависят стоимость проезда до отеля, привлекательность окружающей среды, сформированность инфраструктуры города или страны;

- удобство обслуживания;

- стоимость. Это условие способно являться главным фактором при выборе гостиницы;

- ассортимент услуг. Гостиницы дают огромный диапазон услуг, которые способны удовлетворить практически всех без исключения гостей. Наиболее популярные – это услуги по проживанию, услуги питания. В хорошей гостинице, не выходя за ее пределы, возможно совершить для себя качественную стрижку, попариться в сауне либо сыграть в бильярд. Главная прибыль гостиницы приходится на плату за пребывание, однако присутствие хорошо сформированных дополнительных услуг также возможно приобрести хороший доход;

– имидж гостиницы. Данным условием очень ценит любая гостиница, так как он помогает ей быть конкурентоспособной и приобретать дополнительный доход (в случае положительного имиджа). Имидж – это комплекс, складывающийся из всех перечисленных условий.

Главный предмет гостиничного бизнеса – это гостиничный номер. Гостиничные услуги – это особый гостиничный продукт, приобрести который можно с помощью сделки. Клиент платит за право иметь доступ к номеру в оговоренное время, а не за право владения номером. Современные условия бизнеса призывают гостиницы решать все производственные и другие остальные вопросы в максимально короткое время. Люди не любят ждать, поэтому для повышения качества обслуживания очень важно оказывать услуги быстро и качественно.

Главная роль дополнительных услуг как в гостиницах, отелях так и специализированных турах заключается в оздоровлении отдыхающих, в отвлечении их от работы, в улучшении настроения и т.д., другими словами, в восстановлении жизненных сил и энергии [2].

В последнее время, для привлечения и увеличения клиентов, в гостиницах организуют ещё большее количество дополнительных услуг. Если гость в целом провел свой отдых весело и интересно, то он может не обратить внимания на некоторые недостатки которые имеются: дискомфорт во время перелета и размещения, отсутствие в баре любимого напитка, плохая погода и т.д. И.И. Булыгина подчеркивает, что для того, чтобы сгладить все эти мелкие неудобства, которые могут испортить весь отдых гостю, в работу вступают дополнительные услуги [9, с. 34].

Служба дополнительных услуг в отеле входит в состав организационной структуры предприятия. Роль данной службы состоит в удовлетворении потребности гостей предприятия. Поэтому дополнительные услуги занимают одно из самых главных мест в структуре гостиницы, которое имеет наибольшее значение.

Задача дополнительных услуг заключается в том что нужно быть в непрерывном контакте с отдыхающими, результаты которого влияют на общий отзыв об отдыхе. И именно благодаря этому гостиница может иметь определенный процент клиентов. Отели, которые стараются увеличить этот процент, в основном это семейные отели, стараются из года в год не менять структуру дополнительных услуги, а наоборот совершенствуют их оказание.

При этом стоит отметить, что наличие дополнительных услуг в отеле говорит о статусе отеля.

Анализ целей и задачи дополнительных услуг в отеле позволил сделать следующие выводы:

- дополнительные услуги создают соответствующую гостеприимную, комфортную, дружескую атмосферу в отеле;
- дополнительные услуги удовлетворяют потребности туристов в духовном и физическом развитии, в эмоциональном обогащении через приятные переживания;
- дополнительная услуга создает возможность для хорошего общения, приятных личных и совместных переживаний, развлечений;
- дополнительная услуга имеет комплексный характер из-за охвата всех форм и видов и услуг;
- дополнительная услуга имеет постоянный характер, ежедневный контакт с гостем, позволяет учесть их пожелания, выбрать наиболее подходящую форму, учесть особенности группы и индивидуальные;

Выше перечисленные аспекты дополнительных услуг позволяют сделать вывод о роли дополнительных услуг для отеля, которая заключается в повышении степени удовлетворенности гостя гостиничным обслуживанием, в повышении комплексности и качества гостиничной услуги и как следствие – в повышении имиджа отеля, в расширении активного сезона на периоды межсезонья, в подъеме престижности профессий гостеприимства в результате интеллектуальной, профессиональной, эффективной работы гостиничных работников [8, с. 91].

Дополнительные услуги оказывают то или иное воздействие на человека во время его отдыха, способствует сохранению и восстановлению его здоровья: физического, соматического, психического и нравственного, которые и определяют подходящую условную типологию направлений и услуг.

Что касается цели дополнительных услуг, то О.В. Пильгун выделяет следующие: удовлетворение потребности самовыражения, поощрение гостей, отдыхающих в развитии своих умений, направление развлечений и навыков в созидательное русло, избавление от ежедневных проблем и стрессов, изменение имиджа и расслабление напряжения, а также приобретение дополнительных знаний [25, с. 9].

Но при этом стоит отметить, что для того чтобы угодить потребностям гостей различных национальностей, разных возрастов, разных достатков и способностей (физических, интеллектуальных и т.д.) и в различное время, программы дополнительных услуг обязаны изменяться:

- по содержанию;
- по интенсивности;
- по времени проведения;
- на протяжении сезона и по другим параметрам [9, с. 35].

Также ряд авторов отмечают, что дополнительные услуги в значительной мере находятся от зависимости размера гостиницы, её расположения, функциональной ориентации, существующих возможностей (в том числе по спектру оказываемых услуг), а кроме того, от профессионализма сотрудников, глубины их квалификации и наоборот уровня универсальности, от их таланта. При этом качество и объем исполняемых дополнительных услуг в гостиницах определяется в значительной степени присутствием необходимого персонала, количеством, и в целом, его эффективностью [9, 12, 16].

Несомненно, что с увеличением заработка размер затрат на отдых возрастает. Чем выше доход этой либо другой семьи, тем больше

возможностей для предоставления наиболее высококачественного и увлекательного отдыха. Динамичность располагается также в прямой степени от уровня образования потребителей. Люди со средним образованием выбирают развлекательные путешествия; с высшим образованием – предрасположены к умственному развлечению. Безусловно, дополнительные услуги невозможно конкретно поделить согласно категориям заработка, возраста, пола и рода занятий, возможно, сделать это только лишь условно. К примеру, определенные работники могут, имеют довольно большие доходы, однако их досуговые потребности могут резко различаться от потребностей административных сотрудников или крупных бизнесменов.

Для того чтобы угодить гостю, персонал отеля должен о нем много знать. То, что возможно порекомендовать студентам, вряд ли способно порадовать людей пожилого возраста или то, что предназначено для экстремалов, вряд ли приглянется любителям полежать и понежиться на солнышке. Гости приезжают на отдых на небольшой период, за который много о них никак не узнаешь, однако выход из данной ситуации все же найдется, если получать данные о гостях (возраст, пол, национальность, степень активности) на всех этапах их обслуживания (при оформлении путевки, заселении в гостиницу и при общении), уметь классифицировать гостей и выявить мотивы их путешествий, чтобы правильно подобрать для них услугу, иметь в запасе много дополнительных услуг, рассчитанных на разные категории и интересы туристов [12, с. 76].

Мы наблюдаем другой подход классификации А.С. Димитрова, и В.И. Кузнецова, они выделяют виды туристов наиболее часто встречающаяся - классификация по таким признакам, как пол, возраст, уровень дохода, уровень образования, этническая принадлежность.

В гостиницах отдыхает огромное количество молодого поколения (школьники, студенты, спортивные команды). Это очень активный народ, и

основное для них - провести собственный отдых максимально весело и интересно.

А.С. Димитрова, В.И. Кузнецов также отмечают, что туристы по их отношению к проведению досуга делятся на несколько видов личности.

Первый вид – инициативные постояльцы, которые предварительно рассчитывают, как и рабочие дни, так и время отпуска. По этой причине все без исключения мысли по организации досуга станут относиться им. Основное в работе с данным видом людей – способность выслушать и осуществить практически готовую программу, подыграть активным отдыхающим. Здесь необходим экспромт и ни в коем случае недопустимо перехватывание инициативы.

Второй вид – деловые люди, которые в повседневной жизни почти лишены досуга, и в том числе всё своё свободное время они стремятся потратить с наибольшей выгодой для дела. В целом это бизнесмены, менеджеры, представители научной и технической интеллигенции. Данный вид постояльца любит либо такого рода свободное время, который предоставляет им возможность к совершенству (деловые игры, научные диспуты), либо уравновешенный отдых, который предоставляет им возможность отдохнуть, расслабиться от быстрого темпа жизни (рыбалка, охота, выезд на природу).

Третий вид – «узкоспециализированные» люди, имеющие тот или иной один огромный интерес в жизни. Любимому делу они посвящают всё без исключения собственное время, именно по этой причине им в целом больше подойдет клубный отдых. Именно в клубе по интересам такой посетитель приобретет наиболее огромную моральную удовлетворенность.

Четвертый вид – активные люди, которые ценят в период досуга как возможность больше передвигаться (играть в спортивные игры, устраивать соревнования).

Пятый вид – пассивные люди, предрасположенные к семейным типам досуга (просмотр телепрограмм, длительному отдыху на пляже). Они

могут на протяжении нескольких часов находиться перед телевизором, лежать на пляже.

Шестой вид – безнадёжные скептики и ворчуны, это более непростая группа людей. Их сложно чем-либо завлечь, но присутствие многообразия предлагаемых услуг, и они имеют все шансы найти для себя развлечение.

Отношение к развлечению зависит не только от характера людей, их индивидуальных качеств, занимаемой должности, однако и от национальности. Наш мир богат разнообразием народов и культур, любая из которых считается большим достоянием. Этнические особенности создаются и меняются на протяжении длительного периода. Условиями, воздействующими на развитие и изменение этносов, считаются: географическая среда, народное общество и его влияние в народ, традиции, религия.

Исследовав понятия «услуга» и «дополнительная услуга», мы пришли к выводу, что услуга преследует цель - повышение качества обслуживания, и в то же время – это своеобразная форма рекламы, форма повторного привлечения гостей и их знакомых, преследующая цель продвижения гостиничного продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности гостиничного бизнеса. Дополнительные услуги представляют собой единый процесс взаимодействия персонала с посетителями в досуговой сфере на основе объединения формального руководства и неформального лидерства профессионала, исполняющего взаимодействие. Вследствие такого взаимодействия удовлетворяются релаксационно-оздоровительные, культурно-творческие, образовательные потребности и интересы участников этого процесса, формируются условия для развития

социально активной личности, способной к преобразованию окружающей действительности и себя в ней.

1.2. Особенности проектирования дополнительных услуг для гостиницы

Прежде чем, рассматривать проектирование дополнительных услуг, следует изучить структуру процесса оказания гостиничных услуг. Гостиничная услуга – воздействия (действия) компании по размещению потребителя посредством предоставления номера (места) с целью временного проживания в гостинице, а кроме того иная деятельность, сопряженная с размещением и временным проживанием.

Гостиничная услуга заключается с главных и дополнительных услуг потребителю при размещении и проживании в отеле. Процесс предоставления главной услуги в гостиничной деятельности можно поделить в ряд нескольких главных стадий:

- бронирование мест;
- осуществление услуг;
- данные о предоставлении комплекса услуг;
- встреча и проводы гостей;
- обслуживание во время присутствия в гостинице.

Все перечисленные этапы предоставления услуг проживания в гостинице являются взаимосвязанными и взаимообусловленные, каждый по отдельности и все вместе они устанавливают уровень качества деятельности предприятия.

Дополнительная услуга – это объем услуг, которая не относится к основным услугам отеля. Эта услуга заказывается и оплачивается дополнительно по отдельному договору. Дополнительные услуги по общим признакам по удовлетворению спроса можно поделить на группы, а именно:

- услуги по информированию туристов о районе, стране их

пребывания (Организация встреч, экскурсий, участие в торжествах по случаю национальных праздников, просмотр фильмов, и т.д.);

- услуги, связанные с удовлетворением особых желаний гостей — спортсменов, деятелей искусства, бизнесменов и др. (Пользование спортивным орудием, инструментами, услуги личных переводчиков, экскурсоводов, секретарей, обеспечение телекоммуникационной, спутниковой связью, компьютерным оборудованием и т.п.).

- услуги для обеспечения комфортности пребывания гостей в отеле и в районе их временного пребывания:

- информационные (предоставление информации об услугах гостиницы, её расположение, предложения по приобретению товаров, сувениров, транспортное обслуживание, наличие историко-культурных памятников и культурно-просветительных учреждений);

- продажа товаров, сувениров, изданий СМИ;

- коммунально - бытовые (ремонт спортивного инвентаря, чемоданов, обуви, часов, стирка, глажка одежды и т. п.);

- хранение корреспонденции, ценных вещей;

- посреднические (резервирование мест в культурно-развлекательных учреждениях, резервирование номеров в других местах пребывания, заказ театральных билетов и т.д.);

- прокат автомобилей, спортивного, пляжного инвентаря, компьютерного оборудования, множительной техники и т.п.;

- автотранспортные услуги (стоянка, гараж, мелкий ремонт транспортных средств);

- услуги, предусматривающие увеличение степени удобства в номерах (питание в номере, установка дополнительного оборудования и т.д.).

Отели, которые не в своих силах самостоятельно осуществлять весь список услуг, заключают договора на оказание определенных услуг с коммунально-бытовыми, банковскими, транспортными, торговыми предприятиями и учреждениями культуры. Наравне с услугами проживания

и питания предлагаются такие новейшие услуги, как, обслуживание деловых встреч, посреднические, спортивные, коммунально-бытовые, услуги предприятий питания, медицинские и др.

В соответствии к способу предоставления, дополнительные услуги имеют все шансы являться платными и бесплатными. К бесплатным услугам относятся: сохранения багажа в камерах хранения, доставка телеграфной корреспонденции в номер, вызов скорой помощи, доставка до номера термометра, медикаментов первой потребности; подъем проживающих в любое время, доставка в номер справочной и сувенирной рекламы, фирменных конвертов и бумаги; хранения денег, ценных бумаг, издания справок о расположении и режиме работы пунктов бытового обслуживания и других услуг. Гостиничные услуги характеризуются установленными отличительными чертами, которые оказывают большое влияние на процесс управления деятельностью гостиницы.

Невозможность изготовления гостиничного продукта про запас, складирования, сохранения. Гостиничная продукция рассчитана на удовлетворённость настоящих нужд, существующих в данный период (мгновенная потребность). В случае если услуга своевременно и высококачественна никак не оказана, в таком случае возможная прибыль отеля пропадает и никак не способна являться восполненной.

Взаимозависимость гостиничных услуг и миссии поездки (путешествия). На реализацию гостиничного продукта существенное воздействие оказывают действия туроператоров и турагентов, так как гостиничный бизнес непосредственно тесно связан с туристической деятельностью.

Большую степень фиксированных расходов при относительно невысокой степени переменных расходов.

- важные расходы;
- ремонт оборудования;
- расходы на коммунальные услуги;

- заработная оплата постоянного персонала;
- страховка;
- затраты на рекламу и административные расходы;

Как правило, эти затраты считаются ежегодными, и никак не зависят от числа клиентов за год.

Следует рассмотреть основные этапы проектирования дополнительных услуг. Проектирование дополнительных услуг осуществляется в несколько этапов:

- составление вербальной модели услуги;
- формирование нормируемых характеристик услуги;
- формирование условий к технологическому процессу оказания услуги;
- создание технологической документации;
- установление способов контролирования качества проектируемой услуги;
- исследования проекта и создание информационных материалов;
- представление проекта на утверждение.

Для формирования вербальной модели за основу принимают любой тип дополнительной услуги, который способен вызвать заинтересованность и стимулировать реализацию услуги.

При составлении вербальной модели принимают во внимание:

- основные положения типа дополнительной услуги;
- основную нацеленность услуги, рекреационную (оздоровление, лечение, ландшафтные красоты, посещение исторических мест и памятников и т.п.);
 - перечень и возможности субъектов предоставляющих услуг размещения и проживания, питания и др.;
 - возможное качество оказания дополнительных услуг.

Формирование нормируемых характеристик проводится для каждой услуги в зависимости от ее назначения и вида.

Для каждой характеристики должны быть указаны приемлемые для исполнителя и потребителя значения.

Главными характеристиками дополнительных услуг являются:

- соответствие назначению;
- качество;
- безопасность и экологичность;
- доступность;
- точность и своевременность исполнения;
- информативность;
- эргономичность и комфортность;
- комплексность;
- эстетичность;

Указанные в технологических документах определенные характеристики услуги должны быть не ниже требований национального стандарта на соответствующий вид услуги.

Проект должен содержать конкретные требования по обеспечению безопасности услуги, минимизации рисков для потребителей услуги и их имущества, и окружающей среды [ГОСТ Р 50644-2009].

Проектирование условий к процессу оказания услуг. Документы, детализирующие условия к процессу оказания услуг, обязана содержать:

- описание форм, процессов и методов оказания услуг;
- нужные договора (с собственниками рекреационных ресурсов, пожарного надзора, органами Роспотребнадзора, МЧС, и другими);
- значимость данных характеристик процесса оказания услуг;
- субъектов туристской индустрии;
- условия к категории, числу, виду и пропускной возможности применяемых оборудования и объектов;
- обязательства исполнителей, соисполнителей;
- число необходимого персонала и степень его высококлассной подготовки;

– договорное постановление поставок главных (услуги размещения и проживания, питания, перевозки туристов) и добавочных услуг.

Конкретные условия к процессу оказания услуг обязаны быть не ниже требований действующих нормативных документов по ГОСТ Р 50690, ГОСТ Р 53522 ГОСТ Р 50644.

Планирование процесса оказания услуг постояльцам реализовывают по отдельным стадиям предоставления услуги (к примеру, предоставление информации об услуге, оказание услуги, расчеты за услугу) и формирование для каждого из них технологических карт.

Содержание и очередность стадий могут колебаться в зависимости от типа услуг.

Результатом проектирования дополнительных услуг считаются технологические документы (технологические карты, описания с приложением карт и схем, инструкции, правила, регламенты, рекламные материалы и др.).

Для каждой дополнительной услуги разрабатывается конкретный перечень проектной документации.

Ключевые категории показателей качества для дополнительных услуг:

- характеристики назначения;
- характеристики высококлассной степени персонала;
- характеристики надежности;
- характеристики безопасности.

В документации согласно контролю качества должны быть определены формы и методы организации контроля за реализацией процесса оказания услуг с целью обеспечения его соотношения запроектированным данным.

Проектирование контроля качества включает:

- определение основных факторов в процессе организации обслуживания, существенно оказывающих большое влияние на характеристики услуги;

- определение методов оценки контролируемых характеристик;
- определение методов исправления характеристик услуги.

Основными методами контроля качества и оценки показателей качества дополнительных услуг являются социологический метод контроля и экспертный в соответствии с ГОСТ Р 52113.

Анализ проекта и созданных информационных материалов. Целью этого этапа проектирования является подтверждение того, что:

- характеристики проектируемой услуги гарантируют безопасность для жизни и здоровья гостей и охрану окружающей среды;
- методы контролирования качества обеспечивают непредвзятую оценку характеристик действий обслуживания;
- условия требуемые к процессам обслуживания гостей соответствуют запроектированным характеристикам услуг;

Исследование проекта реализовывают представители соответствующих функциональных подразделений гостиничного предприятия.

Анализ плана ориентирован на обнаружение и своевременное устранение несоответствий в плане. Итогом рассмотрения плана считается уточненное содержание технологической документации.

Установление проекта. Данный период считается окончательным шагом проектной разработки.

Технологическую документацию на проект дополнительных услуг, и процессы оказания услуг утверждает руководитель организации - разработчика без помощи других, в случае если проектирование услуги проведено по своей инициативе либо по согласованию, если проектирование проведено по заказу. Изменение плана разрешается. Все без исключения изменения, которые записываются в проект, утверждаются руководителем организации разработчика проекта и согласовываются с заказчиком, в случае если проектирование проведено по его заказу. В отдельных вариантах разрешается введение изменений руководителем, согласно заказу, которого сконструирован проект дополнительной услуги.

Технологический процесс создания дополнительных услуг характеризуется объектно-субъектные поведенческие линии – это объект деятельности, то есть обслуживаемые туристы, население, субъект – руководитель, специалист дополнительных услуг со всеми ее компонентами – процесс воздействия субъекта на объект.

Все без исключения компоненты функционирования технологического процесса пребывают в единстве взаимодействий и формируют единую концепцию. Основной компонент данной концепции – объект деятельности, люди (туристы, гости, отдыхающие). Все без исключения специализированно с целью удовлетворения их духовных и физических нужд. Таким образом, при разработке дополнительных услуг следует принимать во внимание следующие условия, оказывающие большое влияние на восприятие и оценку туристом услуги: возраст, пол, национальность, уровень образования, уровень доходов, профессиональные увлечения, хобби.

ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ ДЛЯ ГОСТИНИЦЫ

2.1. Анализ дополнительных услуг гостиницы «Уральская»

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

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разнообразные дополнительные услуги, сочетающие в себе все без исключения типы досуга, которые воплощают в жизнь активные и доброжелательные, тактичные и высококвалифицированные сотрудники, способствуют улучшению имиджа учреждения, одаряют его конкурентными достоинствами, и гарантируют возвращение гостя в данную гостиницу, так как он вернется непосредственно в понравившееся ему место.

Проектируя программу дополнительного обслуживания, необходимо учитывать особенности гостей, знать подход к каждому из них. А для этого нужно научиться относить клиентов к разным типам и в соответствии с этим проводить интересные дополнительные услуги. В качестве дополнительной услуги для гостиницы «Уральская» нами разработана программа выходного дня «Горячие источники» г. Тавда.

Мы опирались на технологию проектирования, которая послужила основанием выделения этапов проектирования и их реализации при разработке дополнительной услуги для клиентов гостиницы «Уральская». Все элементы функционирования технологического процесса оказания дополнительной услуги «Программа выходного дня «Горячие источники» разработаны и обоснованы нами во второй главе данной работы.

С целью выявления потребностей гостей гостиницы «Уральская» в организации программы выходного дня на «Горячие источники» в рамках данной работы в сентябре 2017 года был проведен анкетный опрос гостей отеля.

Проведенный опрос позволил сделать вывод, что большинство гостей считают данную услугу интересной и хотели бы ею воспользоваться. Была обоснована также экономическая эффективность предлагаемой Программы выходного дня «Горячий источник» для гостей гостиницы «Уральской», поэтому руководству гостиницы необходимо предпринять меры по

внедрению разработанной нами дополнительной услуги «Программа выходного дня «Горячие источники».

Прибыль гостиницы «Уральская» после внедрение дополнительной релаксационно-оздоровительной услуги составит 207000 рублей в год. После проведения мероприятий, рентабельность производства гостиницы составит 76,9 %. В целом проект можно считать экономически эффективным и рекомендовать к реализации.

Для продвижения услуги посетителям отеля необходимо предложить рекламные буклеты о Программе выходного дня «Горячие источники». Их задача – привлечение внимания к дополнительной услуге. Необходимо поместить рекламу в городских газетах г. Ревда. Так же можно создать слайд-фильм об отеле и предполагаемой услуге.

Разработанная дополнительная услуга оставит массу положительных впечатлений, что повлечет за собой увеличение загрузки и поможет дальнейшему развитию услуг в отеле.

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://oemmnndcbldboiebfnladdacbdadm/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).

Глоссарий

Гостиничная услуга — это действия (операции) предприятия по размещению потребителя путем предоставления номера или места временного проживания в гостинице, а также другая деятельность, связанная с размещением и временным проживанием.

Дополнительные услуги – объем услуг, которые не относятся к основным услугам гостиницы, заказываются и оплачиваются потребителем дополнительно по отдельному договору, а именно следующие услуги: стоянки автомобилей; химчистки, стирки, утюженья личных вещей клиента; парикмахерской, сауны, бассейна, солярия, интернета; бара, бильярда; бронирование авиа и железнодорожных билетов и т. п.

Неосвязаемость услуги – одна из основных черт сферы услуг, благодаря которой их невозможно попробовать на вкус, на ощупь, их не увидишь и не услышишь вплоть до момента их продажи.

Услуга – действие, направленное на удовлетворение запросов потребителей. В одних случаях услуга привязана к материальному товару, в других - нет. Она является исконно неосязаемой, и в результате ее потребитель не приобретает продукт в материальной форме.

Досуг – та часть свободного времени (оно является частью внерабочего времени), которым человек располагает по своему усмотрению.

Геотермальный источник — выход на поверхность подземных вод, нагретых выше +20 °С. Также существует определение, в соответствии с которым источник называется горячим, если имеет температуру выше среднегодовой температуры данной местности.

Релаксационно-оздоровительная услуга – вид досуговой деятельности, направленный на восстановление духовных и физических сил человека.

АНКЕТА

Дорогой гость!

Нам очень приятно, что Вы выбрали именно наш отель! Чтобы в следующий визит Ваше пребывание было еще более комфортным, мы хотим учесть все Ваши замечания и пожелания. Пожалуйста, заполните нашу анкету. Ваше мнение крайне важно для нас!

1. Ваш пол:

1. Женский
2. Мужской

2. Пожалуйста, отметьте ваш возраст:

1. До 30
2. 31-40
3. 41-50
4. 51-60
5. 61 и более

3. Ответьте, пожалуйста, как часто вы останавливаетесь в гостиницах:

1. Два раза и более в год
2. Один раз в год
3. Один раз в два года
4. Один раз в 2-5 лет
5. Затрудняюсь ответить

4. Вы впервые посетили нашу гостиницу:

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

5. Цель вашего визита:

1. Отдых
2. Тур. Поездка
3. Деловая командировка
4. Медицинское лечение
5. Другое

6. Что для вас было главным при выборе нашей гостиницы:

1. Реклама компании
2. Хорошие отзывы о компании друзей. Родственников
3. Уровень предлагаемых цен и качество услуг
4. Прошлый опыт обращения в данную компанию
5. Известность, бренд компании
6. Наличие выгодных предложений, акций и скидок
7. Затрудняюсь ответить

7. Какими дополнительными услугами вы пользовались, пребывая в нашем отеле:

1. Размещение в номере для некурящих
2. Предоставление дополнительного спального места
3. Внеочередная смена белья
4. Одноразовые тапочки и халат
5. Чай, кофе и алкогольные напитки в баре
6. Заказ такси, авиа и ж/д билетов
7. Автостоянка
8. Пользование сетью Интернет
9. Затрудняюсь ответить

8. Оцените, пожалуйста, по пятибалльной шкале насколько Вы удовлетворены количественным показателем дополнительных услуг (1 – совсем не удовлетворен, 2 – не удовлетворен, 3 – отчасти удовлетворен, отчасти нет, 4 – удовлетворен, 5 – полностью удовлетворен):

Удовлетворенность количеством дополнительных услуг:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

9. Отметьте, наличие, каких дополнительных услуг Вы хотели бы видеть в отеле ещё:

1. Организация экскурсий
2. Организация *релаксационно-оздоровительной услуги*
3. Наличие тренажерного зала
4. Наличие сауны, бассейна
5. Другое

10. Хотели бы Вы, чтобы в гостинице появилась программа выходного дня, с посещением горячих источников:

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

11. Если у вас есть дополнительные пожелания или предложения в адрес гостиницы, просим указать их, они очень помогут нам улучшить эффективность и качество работы нашей гостиницы

12. Хотели бы вы вновь воспользоваться услугами нашей гостиницы

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

Если нет, укажите причину

13. Если вы хотите получать информацию о спецпредложениях и акциях в нашей гостинице, оставьте, пожалуйста, ваши контакты:

ФИО _____

Электронная почта

Телефон

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: _____

2.3. _____ 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 согласению 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)