

Министерство образования и науки Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Уральский государственный педагогический университет»  
Географо-биологический факультет  
Кафедра туризма и гостеприимства

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ**  
**«ДЕТИ В ГОСТИНИЦЕ»**

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

Исполнитель:  
Овсиенко Ирина  
Сергеевна  
студентка группы БГ-42

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Допущен к защите  
зав. кафедрой туризма и  
гостеприимства  
\_\_\_\_\_ А.И. Фишелева

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

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

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Екатеринбург 2018

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОКАЗАНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ</b> .....	6
1.1 Понятие и виды гостиничных услуг .....	6
1.2. Характеристика дополнительных услуг в гостинице.....	15
1.3. Психолого-возрастные особенности обслуживания детей в отеле.	20
<b>ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ ДЛЯ ДЕТЕЙ В ГОСТИНИЦЕ</b> .....	28
2.1 Анализ производственной деятельности гостиницы «Атлантик»..	28
2.2 Содержание детской программы для детей в гостинице.....	40
2.3 Экономическое обоснование.....	47
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	55
<b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	58
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1.</b> Интерьер отеля «Атлантик».....	63
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2.</b> Кафе «Атлантик», «Breeze-Bar», конференц-зал.....	64
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3.</b> Детская игровая комната.....	65
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 4.</b> Анкета на выявление потребностей целевой аудитории.....	66
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 5.</b> Мастер-класс по росписи пряников.....	67
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 6.</b> Примеры готовых тематических пряников.....	68
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 7.</b> Пример детского комбинированного набора.....	69
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 8.</b> Пример аквагрима в морском стиле.....	70
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 9.</b> Афиша мероприятия .....	71

## ВВЕДЕНИЕ

Современное гостиничное предприятие играет важную роль в социальной сфере страны и способствует удовлетворению как первостепенных потребностей отдыхающих в проживании и питании, так и в эмоциональном комфорте. Современная индустрия туризма завязана на гостиничных предприятиях. Они являются составной частью сферы услуг. Предоставление этих услуг положительно отражается на финансово-экономической деятельности страны.

В настоящее время, по данным главного сайта города (ekaterinburg.rf) в Екатеринбурге функционирует 119 средств размещения. Все они предоставляют основные услуги, такие как проживание и питание. Дополнительные услуги, в свою очередь обеспечивают привлекательность гостиницы, и от расширения спектра предоставляемых услуг, зависит доход и конкурентоспособность гостиницы. Инфраструктура современных гостиниц включает в себя прачечные, химчистки, бизнес-центр, Spa-центры, пункты обмена валюты, услуги вызова такси, конференц-залы, парковку и многое другое. Также гостиницы не обходятся без магазинов, сувенирных киосков, ресторанов и баров. Кроме того, в настоящее время трудно представить комфортное проживание гостей без развлекательных услуг. В связи с этим многие гостиницы имеют ряд дополнительных услуг развлечения, как само собой разумеющиеся: услуги анимации, детские игровые комнаты, водяные горки, караоке и другое.

**Актуальность** выбранной темы выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что мероприятия по совершенствованию дополнительных услуг в гостинице дают возможность гостиничному предприятию не только получать дополнительный доход от оказанной услуги, но и повысить уровень сервиса в отеле, тем самым привлечь новых потенциальных гостей.

Гостиница «Атлантик» является одним из самых востребованных гостиничных предприятий у семей с детьми города Екатеринбурга и всей

свердловской области. Это единственный отель, на территории которого находится самый большой крытый аквапарк «Лимпопо» в области. Высококачественный сервис, уютная атмосфера, доброжелательное отношение сотрудников, возможность провести увлекательный викенд в аквапарке, заставляют гостей возвращаться в гостиницу «Атлантик» снова и снова.

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

На сегодняшний день в гостинице «Атлантик» созданы условия для комфортного проживания как бизнес туристов, так и семей с детьми, но дополнительных услуг для детей в отеле практически нет, отсюда уровень загрузки и доход предприятия недостаточен, а возможности предприятия в предоставлении качественного сервиса используются не полностью, это и обусловило **противоречие** работы.

Исследуя данный вопрос, определилась **проблема**, которая заключается в недостаточности услуг для детей на предприятии.

**Объект:** дополнительные услуги гостиничного предприятия.

**Предмет:** детские дополнительные услуги.

**Цель** выпускной квалификационной работы: разработать детскую программу для гостиницы.

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

- рассмотреть теоретические аспекты гостиничной услуги;
- дать характеристику дополнительных услуг в гостинице
- обозначить психологические особенности детских возрастов и их интересы к развлекательно-познавательной деятельности
- проанализировать производственную деятельность гостиницы «Атлантик»
- разработать предложение по совершенствованию детских дополнительных услуг на предприятии

В ходе решения поставленных задач выпускной квалификационной работы был использован теоретический анализ научной литературы по проблеме исследования, в трудах Ф. Котлера, Т.Л. Тимохиной, И.Ю. Ляпиной, А.Н. Михеевой, А.В. Сорокиной, А.С. Кускова, В.А. Романова.

Методологическая база работы заключила в себе принципы и методы системного анализа, методы сравнения и обобщения, анкетирование и статистическую обработку данных.

Эмпирическая база исследования рассматривалась в государственных стандартах РФ, приказах министерства культуры, а также в исследованиях, проведенных автором во время работы.

Структура работы состоит из двух глав, введения, заключения, списка источников и литературы, приложений.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОКАЗАНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

## 1.1. Понятие и виды гостиничных услуг

Существенной частью индустрии туризма является гостиничный сервис. Становление внутреннего и международного туризма зачастую обуславливается с уровнем материально-технического оснащения, разветвленностью и разнообразием сети, качеством обслуживания в гостиничном хозяйстве. Именно предприятия гостиничного типа выполняют одну из основополагающих функций в сфере туризма: предоставляют комфортные услуги размещения и удовлетворяют бытовые потребности во время поездки. Первоначально под гостиничным сервисом понималась особая деятельность, в ходе которой предоставлялись услуги размещения за установленную плату и резервирование номеров. Впоследствии с появлением новых потребностей у клиентов и желанием гостиниц расширить спектр предоставляемых услуг отели начали заниматься организацией питания для своих постояльцев. Это привело к тому, что гостиничный сервис принято рассматривать согласно двум видам деятельности, а именно в широком и узком его пониманиях [3]. В первом случае гостиничное хозяйство состоит из двух основных групп услуг – размещение и питание, а во втором – только размещение.

Следует отметить, что существуют иные организации, предоставляющие услуги размещения, которые не состоят в комплексе гостиничного хозяйства. К ним относят дома отдыха, санатории, пансионаты, детские лагеря отдыха, дачи детсадов и прочее. Их не относят в гостиничное хозяйство по причине того, что размещение гостей не их основная работа, цены тут низкие и максимально приближены к себестоимости. Гостиничная услуга представлена двумя составляющими: услуги предоставления специального помещения, которое можно использовать для удовлетворения

своих бытовых нужд; услуг, которые предоставляет персонал гостиницы (уборка номера, оформление клиента, питание) [7].

Гостиничный номер – это основной компонент гостиничной услуги, который представляет собой помещение с зонами сна, отдыха и деловой активности. Первоначальное требование к номеру – условия возможности сна. Если гостиница является предприятием делового типа, то также существенное значение приобретает оснащение для работы в номере. Любой номер в отеле должен предоставить клиенту кровать, прикроватный столик или тумбочку, стул или кресло по числу гостей, освещение всех комнат номера, корзину для мусора. Для того чтобы организовать питание постояльцев, необходимо предоставление возможности приготовления блюд на кухне, реализация приготовленных продуктов, алкогольных и безалкогольных напитков, обслуживание постояльцев гостиницы в ресторане, баре, кафе, гостиничных номерах. Разнообразить сервис в своей гостинице руководство может за счет предоставления дополнительных услуг. Например: бассейн, спортзал, конференц-залы, услуги химчистки, прачечной, парикмахерская, массажный кабинет и прочее. Процесс создания и реализации осуществляется в одном временном периоде. Для приобретения гостиничной услуги необходимо вовлечь в процесс потребления, как клиента, так и исполнителя.

Гостиничный сервис нельзя потрогать или увидеть, так как он неосязаем. Для того чтобы определить уровень качества услуги, ей сначала необходимо воспользоваться. Услуга – это гарантия осуществления определенных работ для удовлетворения нужд потребителя. Нет возможности заготовить впрок и складировать гостиничные услуги, так как они не являются материальным объектом. Гостиничный продукт производится для того, чтобы удовлетворять реальные потребности клиентов, и удовлетворять их нужно в определенный срок [14, С.78].

На качество гостиничных услуг существенно влияет работа специалиста гостиничного хозяйства и обстановка. Профессионализм,

дружелюбие и прочие факторы в значительной степени воздействуют на уровень качества гостиничного сервиса. Следует отметить, что непостоянство услуги приводит к возникновению недовольства у клиентов. К потреблению гостиничных услуг прибегают различные группы туристов, со своими уникальными потребностями и вкусами, разным социальным статусом. Стоит заметить, что постояльцами одного и того же отеля могут быть абсолютно разные клиенты, преследующие самые разные цели своих поездок. Как экономический показатель, спрос в гостиничном сервисе носит неравномерный характер. На него существенно влияет сезонность. Вследствие этого предприятия размещения, как правило, имеют большой запас номерного фонда и материально-технических и кадровых ресурсов. Оценка подготовленности предприятия гостиничного хозяйства к наплыву туристов обуславливается наличием администратора, менеджера, портье, горничных, службы бронирования гостиниц и прочее. Данное обстоятельство приводит к снижению уровня эффективности использования трудовых ресурсов [13, С.104]. Однако национальный и международный опыт свидетельствует о способности отеля к преодолению данного обстоятельства.

ГОСТ Р50646-2012 Услуги населению. Термины и определения. Услуга: Результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг [1].

Постановление от 9 октября 2015 г. №1085 «Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в РФ». Гостиничные услуги – комплекс услуг по обеспечению временного проживания в гостинице, включая сопутствующие услуги, перечень которых определяется исполнителем. Гостиница и иное средство размещения – имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для оказания гостиничных услуг.

При рассмотрении нормативных документов сферы средств размещения возникает проблема в определениях средств размещения и

гостиницы. Этимологически термин «гостиница» восходит к латинскому «hostel», откуда, собственно, происходит французское «hotel» -- гостиница.

Всемирная туристская организация (ВТО) выработала определение «гостиница», имеющее рекомендательный характер. Гостиница – это средство размещения, которое регулярно или эпизодически предоставляет туристам места для ночевки.

Под средством размещения понимают любой объект, предназначенный для временного проживания людей. Так, ГОСТ 1994 года «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц» дает следующие определения видов размещения:

- гостиница – предприятие, предназначенное для временного проживания (допустимое минимальное число номеров в гостинице – 10);
- мотель – гостиница, расположенная вблизи автомобильной дороги.

В такой трактовке определение «гостиница» практически ничем не отличается от определения «средства размещения», а именно, не описывает характерные особенности гостиницы. Определение мотеля вообще не несет никакой смысловой нагрузки, а используемая в определении привязка к автомобильной дороге позволяет классифицировать как мотель любую гостиницу.

В другом нормативном документе 2015 года номер 1085– «Правилах предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации», дается следующее определение. Гостиница – имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг».

Согласно ГОСТу Р51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» под средством размещения туристов понимается любой объект, предназначенный для временного проживания туристов (гостиницы, турбазы, площадка для кемпинга и другие).

Таким образом, совершенно очевидно, что современное законодательство РФ, определяющее услуги размещения, не раскрывает в

полном объеме значения понятий «средство размещения» и «гостиница». Кроме некорректных определений двух видов средств размещения, определений других средств размещения законодательство вообще не содержит. Это и создает предпосылки для появления в российской практике ряда сомнительных с точки зрения смыслового наполнения наименований средств размещения, таких как «гостиничный комплекс», «туристско-гостиничный комплекс», «комплекс гостиницы» и другие. Следовательно, уместным может быть следующее определение гостиницы:

Гостиница – это хозяйствующий субъект (предприятие), представляющий собой средство размещения, предоставляющее людям, находящимся вне дома, комплекс услуг, важнейшими среди которых являются услуги размещения и питания. В данном определении указывается на обязательное наличие двух главных услуг в гостинице – размещения и питания [18, С.72].

Гостиницы характеризуются следующими признаками:

- обладают номерным фондом, объем которого превышает определенный минимум;
- характеризуются определенным перечнем обязательных услуг: уборка номера, уборка санузла, обслуживание в номерах;
- обладают определенным ассортиментом дополнительных услуг;
- сгруппированы в классы и категории в зависимости от оснащенности и особенностей предоставляемых услуг.

В составе этой категории различают: гостиницы с полным/неполным набором услуг, гостиницы квартирного типа (апарт-отели, апартаменты), мотели (мото-отели), курортные гостиницы, городские гостиницы, клубы с проживанием, пансионаты, меблированные комнаты, туристские общежития, гостевые дома и т.д.

Классификация гостиниц и других средств размещения (коллективных) выделяет следующие разряды: гостиницы; заведения специализированного типа; другие заведения. Среди них наибольший удельный вес занимают

гостиницы, т. е. средства размещения с помещениями – номерами, предоставляющие комплект сервисов. Гостиницы, являясь КСР, предоставляют специфические отельные услуги, основными из которых являются проживание и питание. Персонал также обязан бесплатно оказывать услуги: предоставления лекарств из аптечки; вызова скорой помощи; по просьбе постояльцев – их побудка; доставка корреспонденции; нетрудоемкие бытовые услуги (предоставление иголки и нитки, кипятка, столовых приборов). Кроме базовых услуг и бесплатных, гостиницы оказывают услуги дополнительные, которые оплачиваются и могут быть заранее внесены в цену проживания, согласно принципу «все включено».

К дополнительным можно отнести услуги: бытового характера (химчистку, стирку, стрижку); магазинов, прокатов, числящихся на балансе гостиницы; организуемых гидами экскурсионных туров; отельных ресторанов и баров; различного рода оздоровительной и развлекательной отельной инфраструктуры; транспортный подвоз отдыхающих к пляжу, торговой инфраструктуре и т. п. Все эти сервисы должны соответствовать установленным государством критериям качества, т.е. подтверждаться сертификатами, выданными отелю. Классификация гостиниц и иных средств размещения предполагает и другие разновидности гостиниц: организованные по квартирному типу; придорожные и пляжные; туристические общежития; клубы с проживанием [34].

Также гостиничные предприятия отличаются по категориям собственников, например частные, акционерные, муниципальные, государственные и другие. Наибольший интерес представляют те отели, которые удобно и выгодно расположены. В зависимости от цели поездки, турист выберет: городские; курортные; придорожные гостиницы; ботели, флотели. Также очень важным при выборе отеля, является тип питания. Есть несколько основных вариантов : ВВ - (bed & breakfast) – только завтрак, НВ (half board) – полупансион, завтрак и ужин, НВ+ (half board +, extended half board) - расширенный полупансион. Завтрак и ужин, FB (full board) -

полный пансион, завтрак, обед и ужин (шведский стол), а также ALL, AI (all inclusive) - всё включено. Немаловажным критерием выбора отеля является наличие услуг. Разберем понятие «услуга» более подробно. Услуга – это труд, направленный на удовлетворение потребностей потребителя [19]. Ф. Котлер определили услугу как любое мероприятие или выгоду, которую стороны могут предложить друг другу и которая неосвязаема [32]. Услуга – это целесообразная трудовая деятельность, результат которой выражается в удовлетворении каких-либо потребностей человека. Также 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 ссылаются 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». Приведенное определение лишь частично приемлемо для современности.

Развернутое определение понятия «услуга» может быть следующее: услуга – это часть непроеизводственной или материально-производственной деятельности, которая заключается в полезном действии в оказании материальных услуг, включающих производство продукции и ее ремонт, либо заключается в удовлетворении непроеизводственных личных потребностей населения (в том числе духовных и эстетических)».

Существуют два вида услуг: материальная и социально культурная. К первой относятся все услуги, направленные на удовлетворение материально-бытовых потребностей человека, например: услуги питания, транспорта, ЖКХ, и так далее. Социально-культурная услуги – это услуги по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя. Социально-культурная услуга обеспечивает поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессиональных навыков,

например, к социально-культурным услугами относятся услуги медицины, культуры, образования, спорта и другие. Таким образом, можно сделать вывод о том, что услуги для туристов находят свое отражение в категории социально-культурных услуг [19, с 50].

Все услуги, как материальные, так и социально-культурные, имеют основные характеристики, влияющие на работу предприятия (табл. 1).

Таблица 1

Основные характеристики услуг

Характеристики	Особенности
Одновременность процессов производства и потребления	Активное взаимодействие исполнителя и потребителя в осуществлении услуги, где отношение персонала напрямую влияет на мнение потребителя о гостиничном предприятии.
Неосязаемость	Невозможность оценивания услуги до ее потребления, то есть высокое доверие со стороны потребителя исполнителю.
Невозможность производства впрок, складирования, хранения	Удовлетворение реальных потребностей, которые потребитель имеет на данный момент. Услуга должна быть оказана вовремя и качественно и не может быть произведена заранее, без участия потребителя.
Непостоянство качества	Качество оказываемой услуги изменчиво и напрямую зависит от того, кто оказывает услугу и при каких условиях.
Сезонный характер спроса	Гостиничные услуги подвержены сезонным колебаниям
Зависимость продаж гостиничных услуг от	Объем продаж гостиничных услуг зависит от месторасположения гостиницы, качества

ряда факторов	сервиса, стоимости обслуживания, наличия дополнительных услуг и другое.
---------------	---

Если рассматривать индустрию гостеприимства с экономической точки зрения, то предоставление гостиничных услуг - это организация проживания, за некоторое вознаграждение, в гостиницах, мотелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и так далее. Все гостиничные услуги имеют свою специфику, таким образом есть несколько основных характеристик:

Не одновременность процессов производства и потребления. Услуга производится и продается непосредственно в разные моменты времени, так например, подготовка номера к продаже происходит до заселения гостя.

Ограниченная возможность хранения. Гостиничные услуги не могут храниться, они могут быть реализованы в конкретный момент времени.

Срочный характер гостиничных услуг. Как правило, обслуживание клиентов должно происходить быстро, для деловых туристов это является главным фактором при выборе отеля.

Широкое участие персонала в производственном процессе. Качество услуг напрямую зависит от человеческого фактора, чем грамотнее персонал, и, чем внимательнее он относится к своей работе, тем выше сервис на гостиничном предприятии. Для повышения сервиса существуют стандарты обслуживания гостей.

Сезонный характер спроса на гостиничные услуги. Гостиничная индустрия много зависит от времени года так как большинство отпусков происходит летом, Это влияет на загрузку и рентабельность отеля.

Взаимозависимость гостиничных услуг и цели поездки. Как правило, гость сначала определяет цель поездки, затем выбирает место куда ему хочется поехать. Так например, если это отпуск, то люди выбирают жаркие страны, если это спортивный туризм, то чаще всего это горы. Но иногда

случается так, что вопрос размещения может быть решен заранее если человек предпочитает в одну и ту же гостиницу несколько раз.[19, с. 54-57]

Таким образом, появляются некоторые особенности технологии обслуживания гостей. В процесс оказания гостиничные услуги входит: встреча гостя, его регистрация на стойке ресепшен, оформление документов, заселение гостя, обслуживание в номере, услуги питания, удовлетворение культурных потребностей, выезд. В связи с этим, услуга не может иметь законченный вид, она происходит в ходе обслуживания, при взаимодействии отеле и гостя.

Итак, рассмотрев понятие гостиничной услуги, можно сделать вывод о том, что гостиничная услуга – это сложный комплекс процессов, направленных на удовлетворение первичных потребностей человека (сон, еда), то есть предоставление временного проживания и питания, а также на создание благоприятных условий для отдыха. Услуга имеет ряд характерных особенностей, таких как неосвязаемость, невозможность хранения, одновременность процессв производства и потребления. Всё это определяют услугу как деятельность, ограниченную во времени и условиях предоставления. Также в ходе работы, мы выяснили, что деление услуг происходит на основные и дополнительные, это позволяет отелям иметь широкий спектр возможностей для привлечения потенциальных гостей. Теперь следует выявить какова же роль дополнительных услуг в гостинице.

## **1.2. Характеристика дополнительных услуг в гостинице**

В современных условиях высокой конкуренции любая гостиница стремится к повышению качества предоставляемого обслуживания. И если по материально-техническому оснащению предприятия достаточно стандартны, то невещественный показатель – качество обслуживания весьма разнообразен. Поэтому предприятия размещения уделяют повышенное внимание к качеству сервиса.

Согласно теории туризма весь широкий спектр услуг, предлагаемых в гостинице, условно подразделяется на основные услуги и дополнительные: круглосуточный прием и размещение гостей; круглосуточное обслуживание номеров; доставка экспресс почты; заказ авиабилетов; факсимильная связь; индивидуальный сейф; предоставление электроприборов (чайник, фен, утюг и прочее); организация питания и прочие [34].

В мировой практике, крупные сети отелей, такие как Carlson Hospitality Worldwide, Hyatt Hotels Corporation, Hilton Hotels, Marriott International и многие другие, привлекают своих гостей большим разнообразием основных и дополнительных услуг. На основе наблюдений, можно говорить о высокой значимости услуг в гостиничных предприятиях, так например есть ряд услуг, пользующихся большим спросом у туристов: это услуги питания – большинство туристов предпочитают, когда питание входит в стоимость проживания, очень большим спросом пользуется система «Всё Включено»; обслуживание в номерах – это мини-бар, room-service; услуги анимации как для детей, так и для взрослых, особенно распространены в курортных отелях; услугами трансфера люди пользуются всегда, когда есть такая возможность, это очень удобно; spa- комплексы считаются роскошью и чаще всего находятся в отелях высокого уровня, они всегда пользуются большим спросом, особенно если их посещение включено в стоимость проживания (рис. 1).

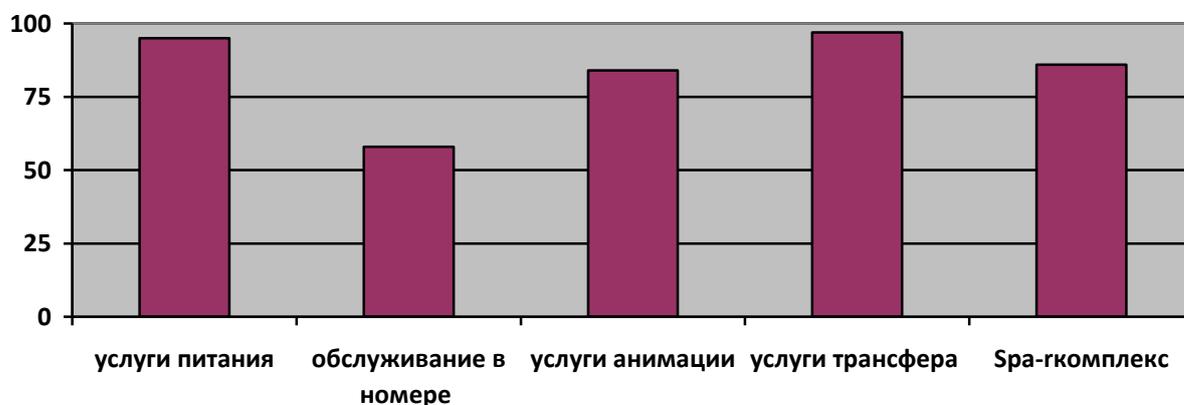


Рис. 1. Спрос туристов на услуги гостиничных предприятий

Существуют услуги, которые предоставляются бесплатно: вызов скорой помощи; предоставление медицинской аптечки; доставка в номер корреспонденции; побудка к определенному времени; предоставление фурнитуры, комплекта посуды и столовых приборов [3]. К дополнительным услугам также принято относить: бесплатный поднос багажа; использование камеры хранения; обеспечение безопасности; обмен валюты; вызов такси; платная/бесплатная охраняемая автомобильная парковка; прачечная и химчистка; салон красоты.

В мире распространена система классификации гостиниц, адекватная их оборудованию и совокупности сервисов. Отелям официально присваивают звезды: от одной – до пяти. Этот процесс в различных странах регулируется национальными нормативными актами. Данная методика классификации гостиниц в мире называется европейской системой. Хотя, если быть точней, данной системе классификации гостиниц и средств размещения положили начало французы. Рассмотрим более подробно как звездность гостиницы влияет на количество услуг.

Однозвездочные отели – обычно недорогие и небольшие, значительно отдалены от туристических объектов и городской инфраструктуры. Обычно питание не предусмотрено, но иногда встречаются отели, работающие по ВВ (Bed and breakfast).

Двухзвездочные отели – небольшие гостиничные комплексы «туристического» класса, находящиеся также вдали от достопримечательностей и часто на дешевых туристских маршрутах. Питание предлагается.

Трехзвездочные отели – наиболее распространенный класс для курортов. Размещены обычно на 2-й, 3-й линии от пляжа. Предоставляется необходимая бытовая техника (кондиционер, телевизор, холодильник). Часто такие отели имеют дополнительные услуги и разнообразную инфраструктуру.

Четырехзвездочные отели предоставляют курортные услуги повышенного уровня. Построены в 1-й, 2-й линии относительно пляжа.

Номера имеют увеличенную площадь, добротную мебель, новую бытовую технику. Развита гостиничная инфраструктура: кроме трехзвездочных сервисов имеются спортивные площадки, развлекательные заведения, бассейны и бани, конференц-залы.

Пятизвездочные отели расположены вблизи моря, на первой береговой линии и предлагают гостиничные услуги высокого качества. Эта категория гостиничных комплексов превышает четырехзвездочный уровень по следующим характеристикам: сеть баров и ресторанов; СПА-комплекс, состоящий из бассейнов, бань, салонов; специализированные услуги спортивных инструкторов; культурно-спортивная программа, которую реализуют аниматоры; наличие мини-клуба, отдых детям организуют аниматоры [34].

Следует выделить, что любая услуга, является законченным продуктом, который состоит из нескольких фрагментов и чем совершеннее каждый такой элемент, тем безупречнее оказана услуга [19]. Лечебно-оздоровительный сервис является одним из наиболее распространенных дополнительных услуг в отелях, стремящихся повысить свою конкурентоспособность. Он включает массаж, водные процедуры, SPA-услуги, солярий, сауну, косметические услуги, диагностику. Массажный кабинет. В настоящее время во многих гостиницах можно пройти курс массажа, который проводят квалифицированные специалисты. SPA-услуги. Гостиницы предлагает SPA-процедуры, где можно отдохнуть от повседневных забот, расслабиться после трудовых будней, посвятить время уходу за собой. Гостиницы предлагают широкий спектр услуг: создание индивидуальных спа- программ по коррекции фигуры и омоложению; процедуры для полной релаксации; ароматерапия; использование морской воды, водорослей и прочее. Солярий – это принятие солнечных ванн. Во многих гостиницах имеются солярии, являющиеся одной из составляющих комплекса лечебно-оздоровительных услуг. Также предлагаются различные товары для загара в солярии. Сауна – это сухая баня. Температура воздуха в сауне может достигать до 140 градусов,

но высокая температура переносится легко из-за сухого воздуха. Сауна уже давно стала обязательным атрибутом гостиниц. Как правило, это финские сауны, турецкие парные или хаммамы. Одна из услуг гостиницы – это консультация о том, как справиться с существующими проблемами здоровья и не приобрести новых. Она представлена обширной аппаратной диагностикой. В фитнес-барах гостиниц могут предоставляться: натуральные соки; прохладительные и энергетические коктейли; широкий спектр витаминизирующего питания и пр. [14]. Следует отметить, что стандартизация процедур предоставления дополнительных услуг позволяет повысить контроль качества.

Таким образом, разобрав теоретическую базу о дополнительных услугах в гостинице, можно сделать вывод: в современном мире, в условиях конкуренции рынка, наличие дополнительных услуг в отеле положительно влияет на рентабельность отеля. Дополнительные услуги могут предоставляться как бесплатно, так и платно, что позволяет извлекать дополнительную прибыль. Также наличие дополнительных услуг в гостинице отражает уровень сервиса и привлекает тех постояльцев, на которых они ориентированы.

### 1.3. Психолого-возрастные особенности обслуживания детей в отеле

За последние годы, в сфере туристских путешествий возросла тенденция на путешествия с детьми. Многие семьи путешествуют теперь полным составом и не представляют своего отпуска без детей. В связи с этим, гостиничные предприятия совершенствуют уровень сервиса и расширяют спектр дополнительных услуг для детей. Пребывание ребенка в гостинице теперь обуславливается целым комплексом услуг.

До того, как забронировать номер в отеле, при поездке с детьми, необходимо узнать обо всех услугах, которые предлагает данный отель или гостиница. Возможно, можно будет заранее заказать стульчик для кормления или детскую кроватку. Иногда в гостиницах берут за данную услугу дополнительную плату. Детей в отель заселяют при наличии свидетельства о рождении либо паспорта, если ребенок достиг возраста 14 лет. В гостиничном бизнесе при размещении детей принято использовать аббревиатуру (CH) – то есть ребенок в возрасте от 0 до 12 лет. Приблизительно такая схема возрастной систематизации клиентов действует и на территории Российской Федерации. Тем не менее, в некоторых странах принято, что гостиницы и отели считают детьми постояльцев в возрасте 12-15 лет [27].

Практически во всех гостиницах существуют условия для проживания с детьми, даже если данное предприятие не позиционирует себя как семейный отель. Но практика показывает, что чем дороже гостиница или отель, тем выше уровень сервиса, как для взрослых, так и для детей.

Существуют несколько основных видов размещения с детьми. SNGL + Chld, взрослый + ребенок – двухместный или одноместный номер с детской. SNGL + 2Chld, взрослый + двое детей – двухместный номер с дополнительными детскими кроватями. DBL + Chld, 2 взрослых + ребенок. DBL + 2Chld, два взрослых + 2 ребенка – это такой тип размещения в отеле, где приезжающие могут получить двухместный номер, где дети устраиваются

на диване, дополнительной кровати или на раскладной кровати. TRPL + Chld, 3 взрослых+ ребенок. Взрослые располагаются на обычных кроватях, а ребенку возможно предоставление дополнительной детской кровати или раскладного дивана. Также допустим вариант заселения без кровати, когда ребенок может разместиться с взрослыми [27].

В мире существует международная классификация возрастов детей в индустрии гостеприимства. INF (infant) -- это ребенок от 0 до 3-х лет. CHD (child) -- это ребенок, от 3 до 12 лет, но в некоторых отелях и до 15-18 лет [37]. Таким образом, на сегодняшний день, поездки с детьми в отпуск уже нередкое явление в сфере туризма. Все чаще семейные пары берут своих детей с собой. В связи с такой тенденцией, гостиничные предприятия стали внимательнее относиться к обслуживанию туристов с детьми и предлагать все более высокий сервис.

Услуги для детей могут быть самыми разнообразными. Они зависят от возраста ребенка, его потребностей, а также от предприятия, в котором решила остановиться семья. Как правило самый разнообразный перечень услуг, зависит от звездности отеля. Следовательно, чем больше звезд, тем больше услуг.

Есть несколько видов услуг, предоставляемых в отеле для детей. Например детская мебель (детская кровать, стульчик для приемов пищи), услуги здоровья (санаторно-медицинское обслуживание, услуги СПА, территории для игры в парке отеля), и услуги развлечения – это всевозможные детские игровые площадки, детские игровые клубы, услуги няни и аниматоров, которые предоставляются за дополнительную плату и многое другое [37].

Большинство услуг для детей в отеле основано на психологических особенностях возрастов. Таким образом, при создании детской услуги можно опираться на следующие данные о психологических особенностях детей в разном возрасте, разработанных в сфере детской психологии, такими учеными как В.Н. Белкина, М.В. Матюхина, Л.Ф. Обухова:

Дошкольный возраст. В дошкольном детстве складываются важнейшие психические новообразования. В структуре психических функций центральное место начинает занимать память. Мышление приобретает возможность действовать в плане общих представлений. Расширяются познавательные интересы ребенка и складывается абрис детского мировоззрения. Формируется и начинает интенсивно работать воображение. Складывается произвольное поведение и личное самосознание ребенка. Сюжетно-ролевая игра является ведущей деятельностью дошкольника, поскольку в ней складываются главные психические новообразования этого возраста. [27, с.256].

В возрасте 6-7 лет у ребенка наступает период смены ведущего типа деятельности – переход от игры к направленному учению (у Д.Б. Эльконина – «кризис 7 лет»). Поэтому при организации режима дня и учебной деятельности младших школьников необходимо создать условия, способствующие гибкому переходу от одного ведущего типа деятельности к другому. Решая эту проблему, можно прибегнуть к широкому использованию игры в учебном процессе (познавательные и дидактические игры) и во время отдыха. [22]

Младшим школьным возрастом принято считать возраст детей примерно от 7 до 10-11 лет, что соответствует тому моменту, когда ребенок учится в начальных классах школы. В возрасте 7-11 лет происходит функциональное совершенствование мозга: развивается аналитико-систематическая функция коры; постепенно изменяется соотношение процессов возбуждения и торможения. Хотя процесс торможения становится всё более сильным, процесс возбуждения по-прежнему преобладает, и младшие школьники достаточно возбудимы и импульсивны.

Характерные особенности учащихся младших классов: ярко выраженная эмоциональность восприятия; слабость произвольного внимания (ребенку сложно сосредоточиться самостоятельно, особенно если ему не интересно то, что рассказывают или непонятно задание, которое

нужно выполнить); развито непроизвольное внимание (всё новое, неожиданное, яркое, интересное само собой привлекает внимание ребенка, без всяких усилий с его стороны).

Воображение младшего школьника чаще всего развивается в направлении воссоздания, то есть ребенок способен воспринимать и создавать образы в соответствии с уже имеющейся информацией: описанием, рисунком. Творческое воображение также развивается, но немного медленнее.[24]

Особенности и потребности детей среднего школьного возраста (11-12 лет). В этом возрасте подросток нуждается одновременно в том, чтобы проявлять самостоятельность, как взрослый, и в опеке, как ребенок. Поэтому потребность в защищенности, безопасности, остается значимой и в этом периоде. Основная потребность-потребность самоутвердиться, занять достойное место в детском коллективе. «Пожалуй, никакой другой возраст не несет с собой такой готовности к самым разнообразным действиям и жажды самоутверждения» (Лейтес Н.С.)[23].

Особенности и потребности детей подросткового возраста (13 -15 лет). В это время дети бросаются в активное узнавание различных аспектов жизни, активное опробование своих новых ролей. Им не нужны чужие советы, ведь им необходимы собственные ошибки. Меняется общение со сверстниками. Общение выходит за пределы школы и выделяется в самостоятельную важную сферу жизни. Отношения со сверстниками выделяются в сферу личной жизни, обособленной от влияния, вмешательства взрослых. В сверстниках подросток ценит качества товарища и друга, сообразительность и знания (а не успеваемость), смелость, умение владеть собой. Центральное место в учебной мотивации занимает мотив самоутверждения. Это открывает возможность для развития учебной мотивации и общей познавательной мотивации путем укрепления самооценки школьника, развития произвольности поведения, стратегий преодоления трудностей [23].

Особое внимание уделим младшему возрасту детей, так как это целевая аудитория продукта выпускной квалификационной работы. Для возраста 7-11 лет характерны яркость и непосредственность восприятия, легкость вхождения в образы. Игры в жизни детей младшего школьного возраста продолжают занимать значительное место. Если спросить младших школьников, что они делают помимо учения, все они единодушно ответят: «Играем». Потребность в игре как подготовке к труду, как выражению творчества, как в тренировке сил и способностей, как, наконец, в простом развлечении у школьников очень велика. В младшем школьном возрасте большое место продолжают занимать ролевые игры. Они характеризуются тем что, играя, школьник, берет на себя определенную роль и выполняет действия в воображаемой ситуации, воссоздавая поступки конкретного человека.

Играя, дети стремятся овладеть теми качествами личности, которые их привлекают в реальной жизни. Поэтому детям нравятся такие роли, которые связаны с интересными профессиями, проявлением смелости, благородства. В ролевой игре они начинают изображать и самих себя, стремясь при этом к позиции, которая не удастся в действительности [24].

Детские мастер-классы – одно из наиболее популярных и востребованных направлений в сфере услуг, предоставляемых для детей. Мастер-классы – это непродолжительные по времени групповые занятия, где на практике можно обучиться технике изготовления различных вещей или получить новые навыки и умения в какой-либо деятельности. Теоретическая часть, если есть, то, как правило, непродолжительная. Ребятам такие занятия дают возможность выразить свою индивидуальность, через творчество раскрыть свой внутренний мир и осознать новые возможности, увидеть и тут же оценить результаты своей самостоятельной работы, и возможно найти себе увлечение на всю жизнь. Детские мастер-классы имеют ряд преимуществ:

Это увлекательное мероприятие, в котором можно заняться чем-то новым, интересным, узнать, как делаются некоторые вещи: например, как снимают мультфильмы, как шьют игрушки и т.д. Это интересно и полезно как для малышей, так и для детей постарше [33].

Для участников мастер-класса это возможность познакомиться с новыми ребятами, найти друзей и приятелей. На детских мастер-классах участники общаются, делятся успехами и работают в команде.

Мастер-класс помогает привить ребенку интерес к труду и творчеству, почувствовать себя взрослым и самостоятельным, учит добиваться своих целей. Не редко мастер – классы наталкивают маленьких участников к выбору будущей профессии. На протяжении такого мероприятия ребенок может почувствовать себя в роли повара, фотографа, кондитера, художника и многих других, а также узнать секреты у мастеров своего дела.

Сам принцип мастер-класса обеспечивает быстрое освоение материала. Вместе с ведущим дети пошагово выполняют задание и добиваются успеха. Простые действия легко запоминаются, и их можно повторить в домашних условиях [32].

Мастер – классы для детей можно разделить на следующие категории:

Творческие мастер-классы – создание декоративных предметов и украшений из различных материалов. В эту категорию попадают разнообразные поделки, которые, как правило, создают в качестве подарка к какому-либо празднику, и поэтому они имеют тематическую направленность. К примеру: роспись яиц к пасхе, оформление тыквы к Хэллоуину или браслетик для мамы ко дню 8-го марта, роспись пряников. Распространены занятия по изготовлению игрушек из фетра, изделий из керамики и глины, валяние из шерсти, картины из песка, мыла, свечей и др.

Также к творческим занятиям относят: мастер-классы по обучению вокалу, актерскому мастерству, теневому театру, изготовлению мультфильмов, флористике, созданию авторских духов, игре на этнических барабанах, ЭБРУ

(искусству рисования на воде), твистингу (моделированию фигур из воздушных шариков).

Кулинарные мастер-классы – обучение в приготовлении определенного блюда. Обычно самыми востребованными темами кулинарных занятий являются: приготовление различных сладостей, бутербродов, пиццы или пасты. Изготовление различных фигурок и даже животных из овощей и фруктов. Украшение готовых блюд, например, роспись пряников. В конце такого мастер-класса ребенок пробует результат своего труда и угощает близких людей. На данный момент очень популярно, когда на день рождения к ребенку приходит настоящий повар и проводит увлекательное занятие для маленьких гостей.

Спортивные и танцевальные детские мастер-классы – занятия, на которых можно обучиться новым танцевальным движениям или определенным силовым упражнениям. Подобные уроки часто проводят именитые звезды спорта и хореографии, они делятся секретами своего успеха, показывают новые эффективные техники [33].

Таким образом, можно говорить о мастер-классах, как о эффективном, интересном, динамично-развивающемся процессе, который может быть самостоятельным элементом детской программы.

Изучив теоретические основы организации обслуживания детей в отеле, можно сделать вывод, что обслуживание детей является нелегким трудом в сфере гостеприимства. Все чаще и чаще разрабатываются новые программы и услуги для более комфортного пребывания в отеле путешественников с детьми. Кроме того, очевидно, что любая гостиница нуждается в обслуживании детей, так как в последнее время туризм с детьми стал более актуален. Необходимо также наличие в гостинице грамотного и хорошо обученного персонала, который сможет помочь отдыхающим в решении некоторых проблем, если они возникнут. Итак, можно сделать вывод о том, что в современном мире в условиях жесткой конкуренции на рынке туристских услуг невозможно представить гостиничный комплекс без

организации в нем дополнительных услуг, а в особенности детских, так как залог успеха гостиничного предприятия – это полное удовлетворение ожиданий туристов.

## **ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ ДЛЯ ДЕТЕЙ В ГОСТИНИЦЕ**

Материалы удалены, т.к. содержат коммерческую ценность.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном мире в условиях жесткой рыночной конкуренции, невозможно представить себе гостиничное предприятие без оказания основных и дополнительных услуг. Одним из решающих факторов при выборе гостиницы туристом, является перечень дополнительных услуг. Они могут быть самыми разнообразными, платными и бесплатными, но наличие их в гостиничном предприятии всегда нацелено на удовлетворение потребностей в комфортном проживании и времяпрепровождении.

Как правило категории туристов делятся на несколько групп: деловые туристы, туристы с детьми, молодежь и так далее. Тенденция путешествий с детьми набирает обороты, ведь многие семейные пары предпочитают брать ребенка с собой на отдых. Отсюда в гостиницах появляется широкий спектр детских услуг.

На сегодняшний день очень важным критерием для семей с детьми является наличие дополнительных детских услуг, это могут быть детские игровые комнаты, дополнительное оборудование для детей в номере, наличие детского меню в ресторане гостиницы, шоу- программы с участием аниматоров, и многое другое. Таким образом, имея в гостиничном предприятии дополнительные детские услуги, отель привлекает не только приезжие семьи с детьми, но и городские, что позволяет иметь дополнительный доход.

Говоря об организации обслуживания детей в отеле, можно отметить, что отели всех категорий должны быть оснащены различными удобствами и услугами для комфортного пребывания в отеле гостей с детьми. Это могут быть благоустроенные номера в средствах размещения, предоставление дополнительной детской мебели, наличие детских площадок и игровых комнат, предоставление услуг няни и аниматора, а также питания для детей. Повысить уровень конкурентоспособности гостиницы можно, развивая в ещё

большой степени, уровень сервисного обеспечения. Повышение уровня и качества предоставляемых услуг гостиницы, позволяет привлечь ещё большее количество потенциальных клиентов, сохраняя уже существующих.

Целью выпускной квалификационной работы было расширение спектра детских дополнительных услуг на гостиничном предприятии, путём проектирования дополнительной услуги «Дети в гостинице», и как следствие, получение прибыли. Для достижения этой цели в работе были рассмотрены теоретические аспекты гостиничных услуг, где выявили, что гостиница – это предприятие, предоставляющее людям, находящимся вне дома, комплекс услуг, важнейшими среди которых в равной степени являются услуги размещения и питания. А услуги в свою очередь – это результат взаимодействия потребителя и исполнителя с последующей выгодой для каждой из сторон, также услуги обладают некоторыми характерными особенностями, такими как неосвязаемость, сезонность спроса, одновременность процесса производства и потребления и другие. Также все услуги делятся на основные и дополнительные. Основная услуга представляет собой некую характерную услугу предприятия, без выполнения которой предприятие потеряет свой статус. Дополнительная или сопутствующая услуга – это услуга, которая имеет определенную связь с набором основных услуг предприятия и может оказать существенную пользу потребителю, но не несет в себе незаменимости и не образует профиля предприятия.

Для разработки продукта была проанализирована деятельность гостиницы. Гостиница «Атлантик» является одной из самых востребованных гостиниц у семей с детьми, так как располагает шикарной инфраструктурой вблизи гостиницы (Аквапарк «Лимпопо», детский комплекс «Планета Игрик», торгово-развлекательный центр «Глобус». Все это дает отелю широкие возможности для привлечения детей из сторонних предприятий с целью увеличения дохода.

Именно поэтому было принято решение разработать детскую дополнительную услугу «Дети в гостинице».

Доход по проекту – 875 520 рублей

Чистая прибыль за год – 322 176 рублей

Таким образом, рентабельность услуги составит – 58%.

Экономические расчеты показали, что при оптимальном варианте событий, внедрение данной услуги расширит спектр детских дополнительных услуг и положительно скажется на прибыли предприятия, а значит цели и задачи выпускной квалификационной работы полностью выполнены.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения – 5 с.
2. «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями»: приказ Минкультуры России (Министерство культуры РФ) от 11 июля 2014 г. №1215 – 88 с.
3. «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации»: Постановление Правительства РФ от 9 октября 2015 г. № 1085 – 8 с.
4. Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 19 января 2005 г. N 3 г. Москва О введении в действие СанПиН 2.3.2. 1940-05. - санитарные правила «Организация детского питания»
5. Анисимов, В. П. Метрология, стандартизация и сертификация (в сфере туризма) [Текст] / В.П. Анисимов, А.В. Яцук : учеб. пособие. – М.: Альфа-М: Инфра-М, 2017 – 252 с.
6. Арбузова, Н. Ю. Технология и организация гостиничных услуг [Текст] / Н.Ю. Арбузова. учебное пособие для студ. высших учебных заведений - М.: Издательский центр «Академия», 2016. - 224 с.
7. Байлик, С. И. Гостиничное хозяйство [Текст] / С.И. Байлик : учебник - М.: изд. «Дакор», 2015. - 368 с.
8. Барчуков, И. С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов [Текст]: учебное пособие / 3-е изд., перераб. 2017. - 168 с.
9. Брашнов, Д. Г. Гостиничный сервис и туризм: учеб. пособие [Текст] / Д.Г. Брашнов. М.: "Альфа-М: Инфра-М", 2017. - 224 с.
10. Вакуленко, Р. Я. Управление гостиничным предприятием [Текст]: учебное пособие / изд. "Логос" 2017. - 214 с.

11. Джум, Т. А. Денисова Н.И. Организация гостиничного хозяйства: учеб. Пособие [Текст] / Т.А Джум, Н.И. Денисова - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2016. - 400 с.
12. Елканова, Д. И. Осипов Д.А., Романов В.В., Сорокина Е.В. Основы индустрии гостеприимства [Текст], учебное пособие. - М.: "Дашков и К", 2017. - 248 с.
13. Ефимова, О. П. Экономика гостиниц и ресторанов [Текст]: Учебное пособие / 4-е изд. "Новое знание". 2016. - 293 с.
14. Ёхина, М. А. Организация обслуживания в гостиницах: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования [Текст] / М.А. Ёхина. - 5-е изд., перераб. - М.: Издательский центр "Академия", 2015. - 240 с.
15. Ёхина, М. А. Прием, размещение и выписка гостей: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования [Текст] / М.А. Ёхина. - М.: Издательский центр "Академия", 2015, - 304 с.
16. Иванилова, С. В. Экономика гостиничного предприятия: Учебное пособие [Текст] / изд. "Дашков и К". 2015. - 216 с.
17. Кобяк, М. В. Управление качеством в гостинице: Учебное пособие [Текст] / Кобяк, М. В, Скобкин, С. С.: изд. "Магистр" 2016. - 511 с.
18. Корнеев, Н. В. Технология гостиничного сервиса: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования [Текст] / Н.В. Корнеев, Ю.В. Корнеева, И. А. Емелина. - М.: Издательский центр "Академия", 2017. -- 272 с.
19. Кусков, А. С. Гостиничное дело: [Текст], Учебное пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. - 328 с.
20. Ляпина, И. Ю. Индустриальная база гостиниц и туристских комплексов: учебник для сред. проф. образования [Текст] / И.Ю. Ляпина, Т.Л. Игнатьева, С.В Безрукова - М.: "Академия" ОАО Московские учебники, 2017. - 256 с.

21. Ляпина, И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: учеб. для нач. проф. образования [Текст] / И.Ю. Ляпина; под ред. А.Ю. Ляпина. - 8-е изд., стер. - М.: Академия, 2017. - 208 с.
22. Мазилкина, Е. И. Организация продаж гостиничного продукта: учеб. пособие [Текст] / Е.И. Мазилкина - М.: изд. "Альфа-М", 2015. - 208 с.
23. Матюхина, М. В., Михальчик Т.С., Прокина Н.Ф. Возрастная и педагогическая психология: Учеб. пособие для студентов пед. ин - тов. по спец. № 2121 «Педагогика и методика нач. обучения» [Текст] /М. В. Матюхина, Т. С. Михальчик, Н. Ф. Прокина и др.; Под ред. М. В. Гамезо и др - М.: Просвещение, 2014 .—256 с.
24. Обухова, А. С. Психология детей младшего школьного возраста: учебник и практикум [Текст] / З. И. Айгумова [и др.] ; под общ. ред. А. С. Обухова. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 583 с
25. Саак А.Э, М.В. Якименко Менеджмент в индустрии гостеприимства [Текст] Учебное пособие / изд. "Питер" 2015. - 238 с.
26. Сивчикова Т.Ю. Индустрия гостеприимства: учеб. пособие [Текст] / Т.Ю. Сивчикова, Н.С. Носова. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", Саратов: ООО "Альтэк", 2016. - 272 с.
27. Смирнова Е. О. Детская психология: учеб. для студ. высш. пед. учеб. заведений, обучающихся по специальности «Дошкольная педагогика и психология» [Текст] / Е. О. Смирнова. — М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2006. — 366 с.
28. Турковский М.А. Маркетинг гостиничных услуг: Учебно-методическое пособие [Текст] / изд. "Финансы и статистика". 2016. - 293 с.
29. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие [Текст] / Л.П. Шматько. 3-е изд., исправ. и дополн. - М.: ИКЦ Март; Ростов н/Д.: Март, 2017. - 352 с.
30. База данных «Законодательство Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ru.spinform.ru/economics.stml> –Загл. с экрана.

31. Большая Советская Энциклопедия. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://bse.sci-lib.com>. – Загл. с экрана.
32. Гостиничное дело: учебник. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static12.insales.ru>. – Загл. с экрана.
33. Добрые истории. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dobrist.ru/detskie-masterklassy-v-ekaterinburge>. – Загл. с экрана.
34. Островок позитива. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovet-podarok.ru/kakie-byvayut-master-klassy.html>. – Загл. с экрана.
35. Портал о гостиничном бизнесе. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://prohotel.ru>. – Загл. с экрана.
36. Психология. Основы психологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru> – Загл. с экрана
37. Рахимбекова, Ж. С. Управление качеством гостиничных услуг Казахстана : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Рахимбекова Ж.С. ; Ун-т Междунар. бизнеса. - Алматы, 2007 ; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uib.kz/images/UserFiles/File/Dissovet/janarautoref.doc> – Загл. с экрана.
38. Скобкин, С. С. Опять о качестве [Электронный ресурс] // Парад отелей. – 2000. - № 2. – Режим доступа: <http://www.intacadem.ru/statji/skobkin-s.s.-oryuatj-o-kachestve.html> – Загл. с экрана.
39. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.studmed.ru/sorokina-av-organizaciya-obslyzhvaniya-v-gostinica-h-i-turistskih-kompleksah\\_69b1d08e745.html](http://www.studmed.ru/sorokina-av-organizaciya-obslyzhvaniya-v-gostinica-h-i-turistskih-kompleksah_69b1d08e745.html) – Загл. с экрана.
40. Студопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studopedia.ru/7\\_107350\\_vidi-menu.html](http://studopedia.ru/7_107350_vidi-menu.html) – Загл. с экрана.
41. Студопедия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studopedia.org/3-49241.html> – Загл. с экрана.

42. Тайна праздника [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://taina66.ru/page/dopolnitelnye-uslugi-na-prazdnik/akvagrim> – Загл. с экрана.
43. Тимохина, Т.Л. Технологии гостиничной деятельности. Теория и практика [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/1B972A9F-4848-43CC-A128-330E77F64B97/tehnologii-gostinichnoy-deyatelnosti-teoriya-i-praktika> – Загл. с экрана.
44. Тимохина, Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/1924993/> – Загл. с экрана.
45. Типография «Принт». Цены на услуги. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://66print.ru/listovaya-produktsiya>. – Загл. с экрана.
46. Третьякова Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.livelib.ru/book/1000370341-servisnaya-deyatelnost-tretyakova-t> – Загл. с экрана.
47. Фирменный стиль гостиницы: эффектно и ненавязчиво [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.tpnews.ru/page.php?pageid=732311042356942&date=10/17/05&item=305101310102650&mag=305101310102640&chap=30510> – Загл. с экрана.
48. Ф. Котлер. Основы маркетинга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler\\_kratkiy\\_2007.pdf](http://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler_kratkiy_2007.pdf). – Загл. с экрана.
49. Чекмарева Г.В. «Сервисная деятельность» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/534134/> – Загл. с экрана.
50. Электронная энциклопедия [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://studopedia.ru/2\\_12475\\_gostinichnoe\\_delo.html](https://studopedia.ru/2_12475_gostinichnoe_delo.html) – Загл. с экрана.

Интерьер отеля «Атлантик»

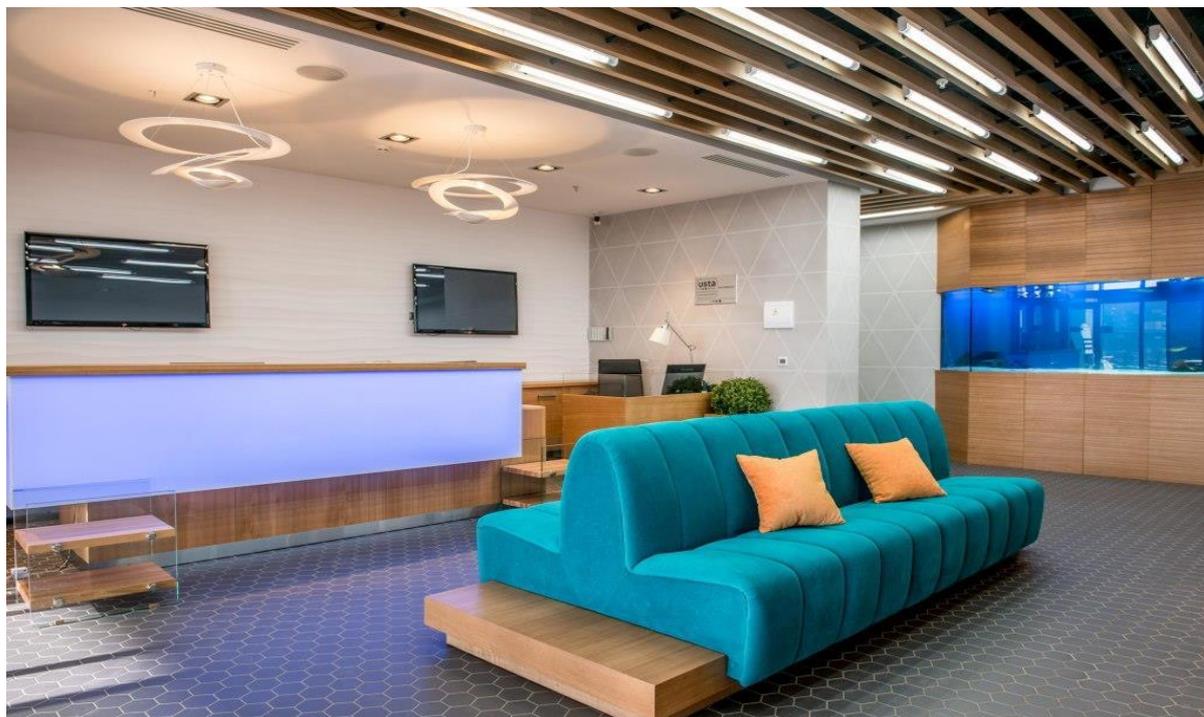


Рис. 1. Холл гостиницы



Рис. 2. Аквариум и выход в аквапарк

Кафе «Атлантик», «Breeze-bar», конференц-зал



Рис. 3. Кафе «Атлантик»



Рис. 4. Бар «Breeze-bar»



Рис. 5. Конференц-зал

Детская игровая комната



**Анкета**

Добрый день, уважаемый респондент.

Мы рады приветствовать вас в отеле «Атлантик»!

Для улучшения качества обслуживания и расширения спектра дополнительных услуг для детей, предлагаем вам принять участие в анкетировании. Обведите понравившийся вам вариант ответа в кружок.

**1. Цель вашего приезда?**

- деловая поездка
- отдых
- мероприятие
- личная

**2. Есть ли у вас дети?**

- да
- нет

**3. Укажите возраст вашего ребенка?**

- от 0 до 4 лет
- от 5 до 11 лет
- от 12 до 14 лет
- от 15 до 18 лет

**4. Необходимо ли, по вашему мнению, расширение спектра дополнительных услуг для детей?**

- да
- нет
- не имеет значения

**5. Знаком ли вам такой вид деятельности как мастер-класс?**

- да, уже водил своего ребенка
- да, но не был ни разу
- нет

**6. Сводили бы вы своего ребенка на данное мероприятие?**

- да, это очень интересно
- моему ребенку это не интересно

**7. Какие виды мастер-классов были бы интересны вашему ребенку?**

- роспись пряников
- аквагрим
- скрапбукинг (изготовление альбома для фото)
- оригами
- букеты из конфет
- мыловарение

**Благодарим вас за участие, вы помогаете стать нам еще лучше, ваше мнение очень важно для нас.**

**С Уважением,  
администрация  
отеля «Атлантик»**

Мастер-класс по росписи пряников



Рис. 6. Автор проекта с группой детей



Рис. 7. Роспись пряников



Рис. 8. Группа детей на мастер-классе

Пример готовых тематических пряников



Рис. 9. Пряники ручной росписи в морской тематике



Рис. 10. Пряники ручной росписи к 1 сентября

Пример детских комбинированных наборов

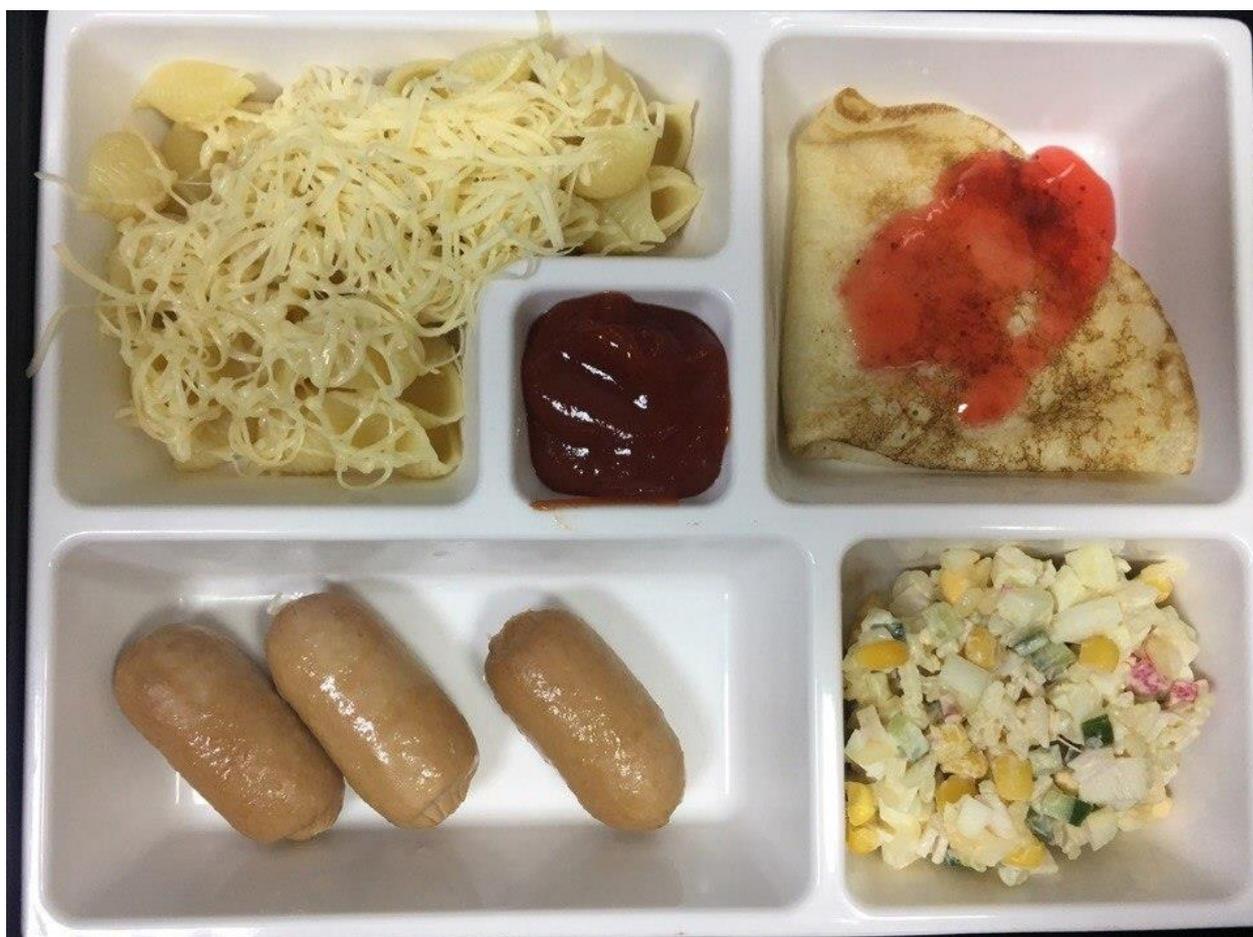


Рис. 11. Комбинированный детский обед

Примеры аквагрима в морском стиле



Афиша мероприятия

*Аквагрим*

*Вкусный детский обед*

*Мастер-класс по росписи пряников*

**В ГОСТЯХ У НЕМО**

*Каждые выходные и праздничные дни  
Отель «Атлантик»  
Тел. 389-21-21*