

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме «Разработка мероприятий по совершенствованию деятельности МУП «УККР» гостиницы «Актолик» р.п.г.т. Северо-Енисейский Красноярского края» содержит 103 страницы текстового документа, 27 использованных источников, 3 приложения.

Г. КРАСНОЯРСК, СЕВЕРО-ЕНИСЕЙСКИЙ РАЙОН, МУП «УККР», ГОСТИНИЦА «АКТОЛИК», ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА, СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ, ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ.

Объектом исследования является деятельность гостиницы «Актолик» р.п.г.т. Северо-Енисейский Красноярского края .

Цель данного исследования: разработка мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Актолик» р.п.г.т. Северо-Енисейский Красноярского края.

Задачи:

1. Выявить основные тенденции развития индустрии гостеприимства в России и за рубежом;
2. Проанализировать теоретические основы основных направлений совершенствования деятельности в гостиничных комплексах;
3. Изучить и проанализировать деятельность гостиниц Красноярского края;
4. Разработать рекомендации по повышению и развитию деятельности гостиниц Красноярского края;
5. Проанализировать деятельность гостиницы «Актолик» р.п.г.т. Северо-Енисейский Красноярского края;
6. Разработать мероприятия по совершенствованию деятельности гостиницы «Актолик»;
7. Интерпретировать полученные результаты в контексте настоящего научного исследования.

По результатам исследования были предложены возможные механизмы совершенствования деятельности гостиницы «Актолик».

## СОДЕРЖАНИЕ

|     |   |  |
|-----|---|--|
| 1   | Теоретические основы основных направлений совершенствования деятельности в гостиничных комплексах.....  | 8                                      |
| 1.1 | Современные тенденции развития индустрии гостеприимства.....  | 8                                      |
| 1.2 | Основные тенденции развития индустрии гостеприимства в России.....  | 12                                     |
| 1.3 | Основные направления совершенствования деятельности гостиниц .....  | 18                                     |
| 2   | Анализ основных направлений совершенствования деятельности гостиничных комплексов в Красноярском крае <b>Ошибка! Закладка не определена.</b>                                      |  |
| 2.1 | Региональный гостиничный бизнес .....   | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 2.2 | Направления совершенствования деятельности гостиниц Красноярского края.....   | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 3   | Анализ основных направлений совершенствования деятельности МУП «УККР» гостиницы «Актолик» р.п.г.т. Северо-Енисейский Красноярского края<br><b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |  |
| 3.1 | Анализ ресурсов Северо-Енисейского района Красноярского края для развития туризма и гостиничного хозяйства <b>Ошибка! Закладка не определена.</b>                                 |  |
| 3.2 | Характеристика гостиницы «Актолик» <b>Ошибка! Закладка не определена.</b>   |  |
| 3.3 | Анализ деятельности гостиницы «Актолик» <b>Ошибка! Закладка не определена.</b>  |  |
| 3.4 | Разработка мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Актолик» .....  | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
|     | ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....  | 27                                     |
|     | СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....  | 30                                     |
|     | ПРИЛОЖЕНИЕ А – Правила проживания в гостинице «Актолик» .....   | 33                                     |
|     | ПРИЛОЖЕНИЕ Б – Анкета гостя .....   | 36                                     |
|     | ПРИЛОЖЕНИЕ В – Организационная структура управления МУП «УККР» ..   | 38                                     |

## ВВЕДЕНИЕ

Исследования индустрии гостеприимства, как особой сферы предпринимательской деятельности, отличающейся интегрированным характером экономических отношений взаимодействия и взаимной зависимостью субъектов производственных и непроизводственных отраслей, предоставляющих универсальный продукт (набор услуг, разнообразные виды работ, разно профильные товары) впервые появились в конце XX-го и начале XXI века в странах Европы и США.

Исследование было связано с необходимостью формирования качественной гостиничной услуги, совершенствования профессионализма персонала гостиниц и обеспечения стабильной загрузки предприятий индустрии гостеприимства. В конце XX и начале XXI века над исследованием данной сферы работали такие зарубежные ученые как Р. А. Браймер («Основы управления в индустрии гостеприимства», 1995), Дж. Р. Уокер (Введение в гостеприимство, 1999), Л. В. Д. Ваген («Гостиничный бизнес», 2001) и др.

В российской науке феномен индустрии гостеприимства сегодня только начинает становиться объектом исследования. Важный вклад в изучение индустрии внесли такие российские ученые как Н.Ю. Арбузова («Технология и организация гостиничных услуг, 2009), Д. И. Елканова, Д. А. Осипов, В. В. Романов, Е. В. Сорокина («Основы индустрии гостеприимства», Е.Б. Доброжанская («Управление инновационной деятельностью в сфере гостеприимства», 2011), Е. В. Лунева («Формирование российского рынка услуг индустрии гостеприимства», 2007), Е. И. Макринова, Т. Ю. Иваницкая («Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие для студентов», 20012), А.С. Кусков («Гостиничное дело: учебное пособие», 2010), В.А. Квартальнов («Туризм», 2002) и другие.

В научной литературе существуют различные подходы в определении значения термина "индустрия гостеприимства".

Одна из наиболее известных исследователей индустрии гостеприимства австралийский профессор Линнван дер Ваген понимает под индустрией гостеприимства объединение отраслей, отвечающих за предоставление жилья, пищи и развлекательных мероприятий [3].

Британский специалист по "industry of hospitality" Р. А. Браймер считает индустрию гостеприимства собирательным понятием и относит к ней такие отрасли как размещение, общественное питание и отдых [2].

Эксперт по изучению индустрии гостеприимства в США Дж. Р. Уокера объединяет в данном концепте туризм, гостиничный и ресторанный бизнес, в том числе рекреацию и организацию деловых встреч, конференций и совещаний [8].

Отечественные исследователи, в частности В.А. Квартальнов, к основным сегментам индустрии гостеприимства причисляют: индустрию транспорта, туроператорскую и турагентскую деятельность, индустрию гостиничного дела, индустрию питания и индустрию развлечений [6].

Таким образом, под индустрией гостеприимства сегодня стоит понимать сферу деятельности бизнеса, государства и гражданина, которая включает в себя такие сегменты как обеспечение безопасности, информационную политику по продвижению территориального бренда, турагентскую и туроператорскую деятельность, визовый режим, транспортную отрасль, средства размещения и проживания, услуги питания, экскурсионные услуги, SPA и оздоровительные комплексы мероприятий, культурный, развлекательный и рекреационный сегмент экономики, обеспечение деловых мероприятий.

Анализ литературы показал, что материал по совершенствованию деятельности в современной литературе по индустрии гостеприимства за рубежом освещен достаточно широко. Большой вклад в разработку проблем совершенствования гостиничного сервиса внесли такие зарубежные ученые как Фейгенбаум А., Исикава К., Джуран Дж., Деминг У., Харрингтон Дж., Инскип

Э., Норт К. и др., а так же отечественные исследователи Войтоловский Н.В., Азгальдов Г.Г., Карлик Е.М., Окрепилов В.В., Огвоздин В.Ю., Гличев А.В., Соловьев Б.А., Глудкин А. П., Ильенкова С. Д., рассматривавших общетеоретические и практические проблемы и аспекты качества гостиничной продукции и услуг, вопросы управления данной социально-экономической категорией. Непосредственно вопросам качества гостиничных услуг посвящены труды Браймера Р., Боуэна Дж., Менкенза Д., Кедотта Е., Терджена Н., Парасурамана А., Берри Л., Кано Н. И., Азара В.И., Чудновского А.Д., Качанова В.С., Исмаева Д.К., Пряנקова Б.В., Панова В.П., Толстовой Л.Н., Умнова А.Н., Сенина В.С., Хорошилова А.В. и др..

*Проблема исследования:*

Практически полное отсутствие исследований связанных с проблемой совершенствования деятельности гостиниц на региональном уровне России. В данных условиях возникает необходимость поиска и разработки новых форм и методов управления качеством гостиничных услуг, преодоления бессистемности управления, формирования систем управления качеством гостиничных услуг.

Актуальность данного исследования заключается в необходимости теоретического обоснования и разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятий гостиничной индустрии.

*Цель исследования:*

Разработка мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Актолик» р.п.г.т. Северо-Енисейский Красноярского края.

*Задачи исследования:*

1. Выявить основные тенденции развития индустрии гостеприимства в России и за рубежом;
2. Проанализировать теоретические основы основных направлений совершенствования деятельности в гостиничных комплексах;
3. Изучить и проанализировать деятельность гостиниц Красноярского края;

4. Разработать рекомендации по повышению и развитию деятельности гостиниц Красноярского края;

5. Проанализировать деятельность гостиницы «Актолик» п.г.т. Северо-Енисейский Красноярского края;

6. Разработать мероприятия по совершенствованию деятельности гостиницы «Актолик»;

*Объект исследования:* Деятельность гостиницы «Актолик» р.п.г.т. Северо-Енисейский Красноярского края.

*Предмет исследования:* Основные направления совершенствования деятельности гостиницы «Актолик» р.п.г.т. Северо-Енисейский Красноярского края.

*Методы исследования:*

Анализ периодической печати, учебной литературы, практических пособий по теме исследования.

*Предполагаемый результат:*

Получить актуальную информацию об основных направлениях совершенствования деятельности в гостиничных комплексах и разработать рекомендации по повышению и развитию деятельности гостиниц Красноярского края.

*Апробация:*

Разработанные мероприятия по повышению эффективности деятельности гостиницы «Актолик» могут быть использованы в региональных гостиницах для обеспечения их конкурентоспособности, высоких показателей экономической деятельности и необходимой адаптации к изменениям внешней и внутренней среды.

*Структура работы:*

Определяется введением, тремя разделами, заключением, списком использованных источников.

## **1 Теоретические основы основных направлений совершенствования деятельности в гостиничных комплексах**

В данном разделе рассматриваются основные тенденции развития индустрии гостеприимства в России и за рубежом, её компоненты, роль в современном бизнесе. На основе анализа мировых и отечественных тенденций определяются основные направления совершенствования деятельности гостиниц.

### **1.1 Современные тенденции развития индустрии гостеприимства**

Индустрия гостеприимства – это одна из наиболее стремительно растущих отраслей мировой экономики. Гостиничный бизнес значительно развивается, и становится массовым социально-экономическим явлением международного масштаба. Стремительному развитию гостиничного бизнеса благоприятствует развитие экономических, политических, научных и культурных связей между государствами и народами мира.

Повышение жизненного уровня населения цивилизованных стран и экономический подъём в разных отраслях индустрии приводит к развитию туризма разных регионов мира. В связи с ростом потока туристов, развивается инфраструктура, главным элементом которой является гостиничный сектор. За последнее время, гостиничный бизнес претерпел различные формы, а именно: от семейного владения до участия в международных гостиничных сетях.

Результативным владением в туризме считается разработка и организация гостиничных корпораций. Они способствуют созданию целого ряда преимуществ, позволяющих туристическим фирмам, повышать качество предлагаемого туристского продукта, расширению спектра предлагаемых услуг в рамках сегмента рынка, увеличению индивидуальности обслуживания туристов. Для обновления гостиничной базы, нового строительства, внедрения



современных технологий, форм обслуживания гостиничной индустрии направляются плановые инвестиции.

На развитие индустрии гостеприимства большое влияние имеет гостиничная цепь - это комплекс определенного количества гостиниц, которые имеют одно название, один фирменный знак, а также определённые общие потребности и проводят совместную маркетинговую деятельность. Гостиничная цепь помогает продвижению на мировой туристский рынок высоких стандартов обслуживания, способствует поддержке гостиничного обслуживания туристов, расширению и заметному повышению уровня компании и обслуживания туристов, созданию определенного образа гостиничного сервиса.

Индустрия туризма включает в себя множество компонентов и является сложным межотраслевым народнохозяйственным комплексом. Гостиничное хозяйство это один из главных компонентов туризма, поскольку все места размещения представляют основу формирования каждого туристического продукта. Е. А. Джанджугазова выделяет восемь тенденций развития мировой индустрии гостеприимства, а именно:

1) *Расширение области интересов гостиничного бизнеса в продуктах и услугах.* Некоторые услуги раньше предоставлялись предприятиями других отраслей. Специализирующиеся на организации питания, досуга, развлечений, выставочной деятельности предприятия раньше занимали отдельный сегмент бизнеса. Например, индустрия развлечений, охватывающая игорный бизнес, тематические парки, конгрессную деятельность. На данный момент тенденция к расширению области интересов гостиничного бизнеса привела к тому, что крупные корпорации, как «Marriott International» и «Hilton», значительно расширили функции компании в результате предоставления разного вида услуг (питание, связи, досуга, транспорта и другие).

2) *Усиливающаяся демократизация гостиничной индустрии,* значительно влияет на доступность гостиничных услуг для многочисленного клиента. Раньше между отелями разного уровня комфорта существовало значительное

различие не только по стоимости услуг, но и по качеству обслуживания. В последнее время, заметно повышается значимость гостиниц «низшего стандарта», так как бюджетным гостиницам тоже доступно обеспечение качественного обслуживания и минимального набора удобств.

3) *Расширение специализации гостиничного бизнеса* позволяет более точно определить необходимые сегменты потребителей с учётом разных признаков: цель поездки, возраст, род трудовой деятельности и т.д. При учёте ценового уровня отчётливо наметились три сегмента: низший (бюджетный), средний (экономический) и высший (люкс).

4) *Формирование новых видов туризма*. В последнее время, большое распространение получил экологический туризм, главной идеей которого является глубокая связь личности с окружающей природой. Данный вид туризма стимулирует строительство гостиниц в экологически чистых регионах, требует создания «зелёных» этажей и номеров в гостиничных предприятиях. «Зелёные» номера оборудованы экологически чистыми материалами, концентрируя повышенное внимание на то, чтобы сэкономить природные ресурсы и минимально вторгаться в природную среду.

5) *Глобализация и концентрация гостиничного бизнеса* заключается в создании крупных корпораций и гостиничных цепей. Гостиничные предприятия концентрируются путём создания союзов или ассоциаций, не нарушая при этом их юридическую и хозяйственную деятельность. Данные объединения позволяют предприятиям совместно проводить маркетинговые программы, исследовательскую деятельность, формировать единую систему подготовки и переподготовки кадров, обнаруживать необходимые источники для совершенствования собственного бизнеса.

6) *Глубокая персонификация обслуживания и полная концентрация на запросах и потребностях клиентов* заключается в разработке системы лояльности. В качестве примера, создание карт постоянных клиентов, в которых отражается вся информация о госте: вкус, предпочтения и привычки, что даёт возможность предупреждать желания клиентов. В отелях для этого

выделены отдельные специальные службы. Так например, специальная служба дворецких создана в отелях корпорации «Marriott International». В отелях «Redisson», корпоративная программа обучения персонала «Yes I Can!» ориентирована на создание, собственной заинтересованности всего коллектива предприятия обслужить клиентов только на «отлично».

7) *Массовое внедрение новейших средств коммуникации и информационных технологий*, которые обеспечивают проведение более глубокой и системной экономической диагностики деятельности предприятия. Конечный результат диагностики позволяет провести полный самоанализ предприятия и анализ конкурентов в области применения ценовых и маркетинговых стратегий. Также проанализировать степень активности на рынке, выявить доходность разрабатываемых сегментов, координировать спрос и предложение гостиничных услуг. Это помогает решить многие проблемы, связанные с уровнем загрузки гостиничных предприятий.

8) *Внедрение новейших технологий в деловую стратегию гостиничных предприятий*. Особое значение имеет обширное использование сети Интернет для продвижения гостиничных продуктов и услуг. Применение новых технологий в гостиничных предприятиях приводит к уменьшению издержек предприятия, а потребителям обеспечивает повышенный уровень комфорта. Данные технологии позволяют расширять возможности для привлечения новых клиентов и сегменты рынка, занимаемые компаниями. Например, использование новых систем бронирования повышает конкурентоспособность предприятия. Гостиничные цепи и крупные отели предоставляют постоянным клиентам возможность совершать путешествия, не выезжая из дома, с помощью компьютера. Благодаря сайту, клиент может ознакомиться с внутренним интерьером гостиницы, изучить меню ресторана, получить необходимую справочную информацию [5].

Следовательно, перечисленные выше основные современные тенденции развития индустрии гостеприимства направлены в конечном итоге на решение основных задач: изыскание собственных конкурентных преимуществ; умение

создавать стабильную клиентуру, благодаря способностям нахождения своего клиента; определить новые пути развития, постоянного обновления собственной политики, постоянно учитывая динамично развивающийся рынок гостиничных и туристских услуг.

В мировой гостиничной отрасли на 2017 год планируется открытие больше двух тысяч новых отелей (данные «Tophotelprojects»), самыми крупными по строительству отелей будут две азиатские страны: Китай и Азия, которые являлись лидерами и в 2016 году [12].

Строительство новых средств размещения, за последние годы в Европе несколько пошло на снижение, по сравнению с Юго-Восточной Азией, где количество новых гостиниц постоянно растёт. В 2017 году планируется строительство новых отелей в Италии, Голландии и Великобритании. В Европе запланировано открыть 730 новых средств размещения, в том числе в Германии - 235 единиц. В Соединенных Штатах, являющихся лидером, откроется 632 отеля. Количество средств размещения всего Североамериканского континента и стран Карибского бассейна составит 733 единицы. В некоторых арабских странах тоже откроются новые гостиницы: Дубай - три отеля высокой категории, регион Ближнего Востока - 262 объектов. Как сообщает компания Tophotelprojects, в азиатских странах, в среднем, будет открываться порядка ста отелей каждый месяц.

*Таким образом,* индустрия туризма и гостеприимства это одна из главных частей обширного рынка услуг, представляющая собой быстро возрастающую и доходную индустрию, которая способна непосредственно или косвенно воздействовать на формирование условий устойчивого социально-экономического роста мирового и национального хозяйства.

## **1.2 Основные тенденции развития индустрии гостеприимства в России**

На фоне общемировых тенденций неуклонного роста и развития данной сферы деятельности достижения гостиничной индустрии в России являются

менее значимыми. Что напрямую связано с принципами планового хозяйствования, длительной самоизоляцией страны и отсутствием государственного менеджмента (в вопросах экономики и рационального использования национального капитала и богатства в целом и в вопросах туризма в частности).

Тем не менее, на рынке гостиничного бизнеса обновления происходят постоянно. Появляются новые инструменты ведения бизнеса, меняется спрос, что приводит к появлению новых предложений, меняется имидж отелей, уровень образования сотрудников – другими словами, индустрия гостиничного бизнеса в России не стоит на месте. Большую роль играют проводимые крупные мероприятия и государственные целевые Программы, к выполнению которых приступили уже во многих городах России.

Число официально зарегистрированных средств размещения в России за последние 15 лет увеличилось более, чем в два раза. Основной вклад внесли гостиницы. В два с лишним раза вырос и номерной фонд российских отелей. Однако, санатории и другие специализированные средства размещения показывают куда более низкую динамику, что можно увидеть на рисунке 1.

Прежде всего, обращает на себя внимание ускоряющийся рост числа российских средств размещения с 2010-го года. Однако, стоит иметь в виду, что речь идет далеко не только об открытии новых гостиниц и реконструкции, но и об узаконенности деятельности многих средств размещений.

Особенно это заметно на примере 2015 года, по итогам которого число средств размещения, зафиксированных Росстатом увеличилось почти на треть (29,2%) или на 4,5 тысяч средств размещений [20].

Основной прирост за последние 15 лет пришелся на гостиницы (54%), тогда как объем специализированных средств размещения с 2000 по 2013 падал, заметный рост отмечен только в 2015 году (26,7% к 2014 году).

К специализированным средствам размещения относятся: санаторно-курортные организации; дома отдыха; базы отдыха; кемпинги; туристские базы; общественные средства транспорта, используемые как средства

размещения (туристские поезда, круизные суда, яхты); наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега, включая дебаркадеры.

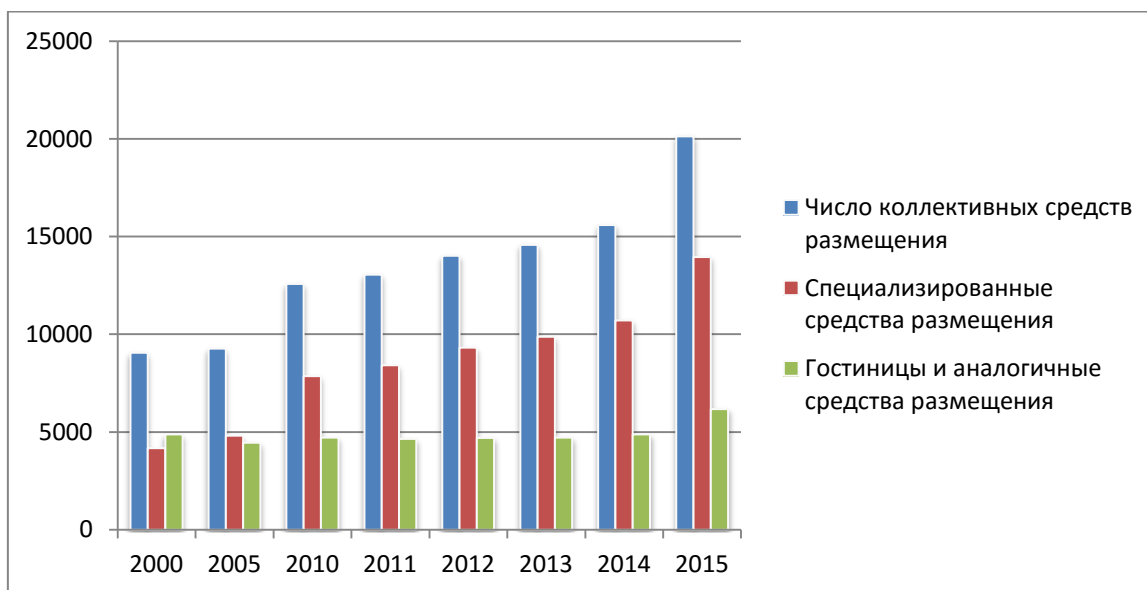


Рисунок 1 - Число средств размещения по годам

В течение последних десяти лет в России наблюдается стремительное развитие гостиничного бизнеса. В крупные города приходят международные гостиничные компании, растет число маленьких частных отелей, реконструируются старые советские гостиницы. Однако количественный рост далеко не всегда сопровождается одновременным повышением качества обслуживания и уровня сервиса.

Структура гостиничного рынка России по регионам выглядит следующим образом: 32% гостиниц насчитывается в Санкт-Петербурге, 21% гостиниц – в Москве и 47% гостиниц – в регионах. Гостиничный фонд региона Золотого кольца насчитывает около 130 гостиниц (суммарный фонд – около 7000 номеров). Из них около 40% гостиниц расположено в Ярославской области, 30% – во Владимирской, еще 30% приходится на Ивановскую и Костромскую области (рисунок 2) [7].

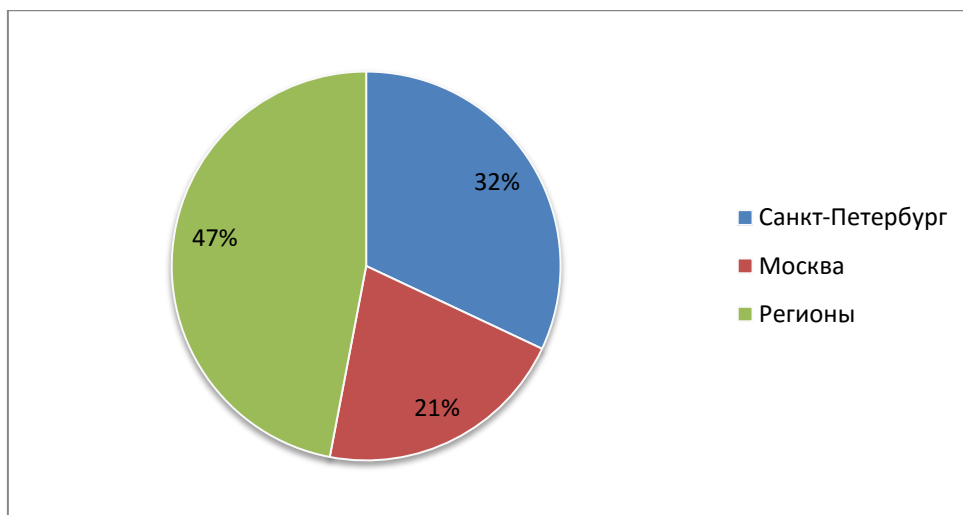


Рисунок 2 - Структура российского гостиничного рынка по регионам

Около 70% всего оборота гостиничного рынка России приходится на Москву и Санкт-Петербург. Однако это соотношение постепенно меняется в пользу регионов. В последнее время для инвесторов более привлекательны крупные региональные центры, промышленные города и города-миллионники. Приоритетными для инвесторов являются также города, в которых проходят или еще планируется проведение крупных спортивных и политических мероприятий: экономические форумы, Олимпиада-2014, Чемпионат мира по футболу-2018, крупные международные выставки (например, ЭКСПО-2020), этапы «Формулы-1» и т.п. Повышенный интерес к региональным рынкам обусловлен более низкой конкуренцией, а также снижением доходности других сегментов недвижимости.

Для российского гостиничного рынка характерно усиление позиций международных операторов. Уже сейчас на территории России действует более 20 зарубежных операторов. Согласно исследованиям компании "Ernst&Young", в прошлом году в России заметно увеличился приток иностранных инвестиций. Эта тенденция будет прослеживаться и в нынешнем году. Согласно данным иностранных брендов, в 2012 году процентное распределение номерного фонда выглядело следующим образом: 24% – Accor Hotels, 18% – Carlson Rezidor Hotel Group, 15% – Hilton Worldwide, 8% – Inter Continental Hotel Group, 5% – Marriott International Inc., 6% – Starwood Hotels & Resorts, 4% – Hyatt Corporation, 4% – Fairmont Raffles Hotels International, 3% – Golden Tulip Hotels,

Suites & Resorts, 3% – Wyndham Hotel Group, 7% – другие операторы. В настоящее время процентное соотношение выглядит следующим образом: 28% – Carlson Rezidor Hotel Group, 17% – Inter Continental Hotel Group, 15% – Marriott International Inc., 14% – Accor Hotels, 4% – Sokos Hotels, 4% – Kempinski Hotels, 3% – Hilton Worldwide, 2% – Starwood Hotels & Resorts, 2% – Hyatt Corporation, 11% – другие операторы. Как мы видим, Accor Hotels планирует увеличить количество номеров на 10%, что говорит о весьма успешном пребывании данного оператора на российском рынке [13].

Также Россия имеет огромный потенциал для развития рынка специализированных средств размещения, в частности санаторно-курортных организаций. В России имеются практически уникальные возможности по развитию санаторно-курортного туризма, благодаря тому, что в стране насчитывается несколько климатических зон, в которых расположены уникальные экокомплексы, а также города с огромным количеством исторических памятников. Однако, несмотря на это санаторно-курортный рынок в РФ в настоящее время находится в неблагоприятном состоянии. По оценкам специалистов, индустрия курортного отдыха лишь на 25-30% удовлетворяет растущий спрос. Номерной фонд большинства санаторных и курортных объектов требует капитальной реконструкции, а уровень сервиса усовершенствования.

Относительно спроса на гостиничном рынке России можно отметить ежегодно растущий уровень загрузки отелей, что, несомненно, является положительным трендом рынка и дает надежду на стабильность ситуации в будущем.

Основными проблемами российского гостиничного рынка, по оценке DISCOVERY Research Group, являются завышенная стоимость гостиничных номеров (особенно в Москве), причем особенно остро стоит вопрос о резком поднятии цен в период проведения важных мероприятий. Также, остро стоит вопрос о несоответствии спроса и предложения: в крупных городах ощущается явная нехватка дешевых гостиниц категории 2-3\*, а в регионах, наоборот, очень



плохо развит рынок бизнес-отелей категорий 4-5\*. Например, из списка 11 городов-участников Чемпионата мира по футболу в 5 городах нет ни одного отеля категории 5\*. Не менее важной проблемой является изношенность большинства российских гостиниц, высокая стоимость строительства гостиниц и низкая и длительная окупаемость новых проектов [21].

Несмотря на существующие проблемы, по оценке ЮНВТО, к 2020 году Россия войдет в десятку стран-лидеров по приему туристов. Ее доля на рынке туристических услуг составит 3 % (47,1 млн. человек). На первом месте окажется Китай (8,7 %), на втором — США (6,5 %), а на третьем — Франция (5,9 %). Однако именно в России туризм будет развиваться наиболее быстрыми темпами. К 2020 году количество въезжающих в нашу страну будет в 1,54 раза больше, чем выезжающих, а среднегодовое увеличение количества туристов составит 6,7 %. Больше всего туристов будет принимать Москва: в 2020 году как минимум 9 миллионов человек [12].

По результатам исследования TripBarometer, в 2017 году отельеры намереваются вкладывать на 60 % больше средств в развитие онлайн-коммуникации с клиентами, чем в прошлом году. Эта тенденция говорит о том, что владельцы гостиниц все больше понимают важность грамотного сотрудничества с пользователями всемирной сети и налаживания с ними обратной связи — практика доказывает, что между улучшением коммуникации и ростом прибыли имеется прямая связь [16].

Помимо повышения имиджа отеля в интернете, отельеры планируют увеличить средства для модернизации и курсов повышения квалификации персонала. По мнению исследователей, это является хорошим решением, так как именно устаревший сервис и номера, не соответствующие современным требованиям, получают больше отрицательных отзывов.

Чемпионат мира по футболу 2018 г., который пройдет в России, безусловно окажет положительное влияние на развитие гостиничного бизнеса страны. Благодаря Чемпионату возрастет привлекательность городов-участников и близлежащих городов, как для российских туристов, так и для

иностранных гостей. За счет увеличения количества различных средств размещения, роста конкуренции, стоит ожидать повышение уровня сервиса в гостиничной сфере на фоне снижения стоимости проживания. По оценкам экспертов, наиболее подготовленными к проведению Чемпионата являются такие города, как Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Казань и Екатеринбург. Хуже всего обстоят дела в Саранске (Республика Мордовия), где на 1000 жителей приходится лишь 1,05 номера.

*Таким образом,* не смотря на существующие проблемы в гостиничной индустрии страны, наблюдается быстрая динамика развития данного сектора в России, которому присущи следующие тенденции:

- ускоренное развитие сегмента гостиничной недвижимости в регионах;
- усиление позиций международного оператора;
- увеличение привлекательности многофункциональных объектов для инвесторов;
- развитие онлайн-коммуникации с клиентами;
- увеличение средств для модернизации и курсов повышения квалификации персонала.

### **1.3 Основные направления совершенствования деятельности гостиниц**

Проанализировав основные тенденции развития индустрии гостеприимства в России и за рубежом, пришли к выводу, что основные направления совершенствования деятельности гостиниц следует рассматривать с точки зрения внедрения инноваций:

1. Разработка и внедрение новых продуктов, т.е. инноваций в область организации и технологии комплекса обслуживания гостей;
2. Создание предприятий, уникальных с точки зрения архитектурных и эстетических решений, и т.п. (макропродукт);
3. Расширение ассортиментного ряда предприятий с помощью внедрения дополнительных услуг (микропродукт);

4. Развитие гостиничных цепей, контрактного управления (зарубежных и отечественных компаний), мини-гостиниц;

5. Активное использование новейших средств коммуникаций и внедрение информационных технологий;

6. Обеспечение количественного или качественного прироста специалистов и персонала отрасли.

В соответствии с ГОСТ Р 56261-2014 «Инновационный менеджмент. Инновации. Основные положения.», инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедрённого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам [1].

Инновации включают в себя все изменения (новшества), которые впервые были применены на предприятии и приносящие ему конкретную экономическую или социальную пользу. Следовательно, под инновациями понимается не только внедрение нового продукта на рынок, но и целый ряд других нововведений:

- внедрение новых видов продукции (продуктовые инновации);
- ранее не известные или улучшенные услуги (инновации услуг);
- разработка и внедрение производственных процессов и технологий (процессные и технологические инновации);
- новые или измененные социальные отношения на предприятии (социальные или кадровые инновации);
- недавно появившиеся или улучшенные производственные системы.

Все эти виды инноваций в практике предприятия переплетаются между собой. В условиях современных технологий технические, хозяйственные, организационные и социальные изменения в производственных процессах неотделимы друг от друга.

Определяющими для инноваций являются следующие признаки:

– инновации всегда связаны с хозяйственным (практическим) использованием оригинальных решений. В этом заключается их отличие от технических изобретений;

– они дают конкретную хозяйственную и/или социальную выгоду для пользователя. Данная выгода предопределяет проникновение и распространение инновации на рынке;

– предполагают первое использование новшества на предприятии вне зависимости от того, применялось ли оно где-либо ранее. Таким образом, с точки зрения отдельного предприятия даже имитация может иметь характер инновации;

– они всегда связаны с рисками и нуждаются в творческом подходе. Инновации требуют от всего коллектива, как от руководителей, так и от сотрудников ясного понимания необходимости в них и творческих способностей [14].

Для отелей, основной статьей дополнительных доходов является организация различных конгрессов, съездов, выставок и прочих корпоративных мероприятий. В этом сегменте российские гостиницы вполне уже могут поспорить с зарубежными предприятиями.

За последние десятилетия, индустрия деловых встреч и связанных с ними поездок выросла в самостоятельную сферу бизнеса. Объем всех средств, расходуемых во всем мире ежегодно на организацию и проведение деловых встреч, научных конференций, учебных семинаров, выставок, корпоративных совещаний и инсентив-программ, оценивается в несколько сотен миллиардов долларов, и емкость этого рынка постоянно растет.

Наиболее важными при выборе отеля, среди критериев, у клиентов обычно являются его местоположение, цены, качество питания, безопасность, высокий уровень технического обеспечения и наличие залов заседаний. Около 2/3 крупных международных мероприятий проводится сейчас именно в гостиничных предприятиях, располагающих собственными деловыми зонами и залами для проведения заседаний и переговоров.

Предоставление качественных услуг для конгрессного туризма в Москве в последнее время развивается очень активно. В программах развития гостинично-туристского комплекса столицы гостинично-офисные или торгово-офисные комплексы и отели часто представлены совместно. Такой симбиоз устраивает как владельцев средств размещения, так и потребителей услуг, особенно если объекты располагаются в отдаленных районах или пригородах Москвы.

Системы CRM (Customer Relationship Management) – это концепция, направленная на построение устойчивого бизнеса и бизнес-стратегия, ядром которой является клиенто-ориентированный подход.

Данная стратегия основана на использовании передовых управленческих и информационных технологий, с помощью которых компания собирает информацию о своих клиентах на всех стадиях его жизненного цикла (привлечение, удержание, лояльность), извлекает из нее знания и использует эти знания в интересах бизнеса путем выстраивания взаимовыгодных отношений с ними. Информацию о потребностях конкретного клиента, а именно предпочтительный этаж или расположение номера, способ оплаты, бассейн или фитнес-центр, собирают из различных источников и аккумулируют их в одной системе, чтобы все предпочтения гостя были учтены заранее.

Гостиничные сети располагают общей базой данных по всем гостям и работают с ними согласно утвержденной программе лояльности. Как правило, в системах Central Information Systems накапливается необходимая информация о всех гостиницах, входящих в данную цепь. Таким образом, клиент, заполнивший бланк анкеты в одном из отелей, автоматически получает нужные ему услуги в другом отеле той же сети. Единые базы данных могут стать ключом не только к пониманию потребностей конкретного клиента, но и к проведению аналитики по общим тенденциям, предпочтениям и поведению гостя.

Результатом применения такой стратегии является повышение конкурентоспособности компании и увеличение прибыли, так как правильно

построенные отношения, основанные на персональном подходе к каждому гостю, позволяют не только привлекать новых клиентов, но и помогают удержать старых.

Управление доходностью, в настоящее время, является весьма важной инновацией в индустрии гостеприимства (Yield Management, называемое также Revenue Management, или Real-time pricing), которое основано на прогнозировании структуры спроса в масштабе реального времени с дифференциацией по микросегментам рынка и на модели оптимизации. Данный метод представляет собой технологию выбора наилучшей ценовой политики в целях оптимизации прибыли, формируемой путем продажи продукта или сервиса.

Управление доходностью - это процесс распределения ограниченных ресурсов, например мест в гостинице, между некоторым количеством потребителей. При таком процессе фирма может оптимизировать совокупный доход. Такой подход используется компаниями, реализующими чрезвычайно скоропортящиеся продукты или услуги, которые не подлежат хранению.

Данный подход дает оптимальное решение проблемы поиска соответствия спроса и предложения путем дискриминационного ценообразования и контроля за состоянием материально-производственных запасов, которые могут быть реализованы в каждой ценовой категории. Благодаря использованию этой концепции, все участники рынка выигрывают: производитель обеспечивает увеличение оборота и прибыли, а потребитель выигрывает за счет снижения стоимости при том же качестве сервиса.

Поэтому Yield Management представляет собой тактическое средство, которое обеспечивает повышение доходности, любого предприятия, работающего в высоко-конкурентной среде.

Важным составляющим среди инструментов управления доходностью является использование овербукинга в случае вероятности не явки гостя. Для учета таких случаев отели, как правило, прибегают к сверхбронированию. На основе ретроспективного учета доли не явок гостей бронируется большее число

мест, чем имеется на самом деле. Для определения оптимального уровня сверхбронирования можно использовать аналогичные расчеты, что и для управления доходностью. Оптимальный уровень овербукинга направлен на то, чтобы сбалансировать:

- 1) Утрату дохода, связанную с незанятым номером;
- 2) Финансовую компенсацию гостям, которые вынуждены заселяться в другой номер или другую гостиницу и потерю репутации, если фирма сталкивается со спросом, превышающим производственные мощности.

При использовании системы управления доходностью возникает ряд проблем.

При прогнозировании спроса можно использовать более сложные модели, учитывающие множество прогнозируемых событий, как, например, дни недели, сезонность, праздники. В некоторых отраслях уделяется большее внимание более поздней структуре спроса, поскольку предпочтения клиентов быстро меняются. Одной из естественных проблем прогнозирования являются цензурированные данные, т. е. фирма часто не регистрирует спрос гостей, которым отказано в бронировании.

Может быть использовано дискретное эмпирическое распределение для расчета уровня резервирования. Статистическая модель прогнозирования может формировать непрерывное распределение, например нормальное или  $t$ -распределение. Задаваясь теоретическим распределением и его параметрами (среднее значение и вариация), можно задать уровень резервирования, при котором распределение имеет кумулятивную вероятность, равную критическому квантилю.

В последние годы разработан ряд инноваций, относящихся к микропродуктам:

1. *Междугородняя связь через Интернет.* Такие звонки намного ниже по стоимости тарифов обычной междугородной связи. Гостям предоставляется возможность звонить по той цене, по какой отель покупает время. В результате этого такой звонок в другой город для клиента очень дешев. Прибыли от

междугородной связи для предприятия нет, но постояльцам приятно и выгодно звонить. Это в конечном итоге приносит прибыль отелю, так как формирует лояльность гостей.

2. *Использование информационной инфраструктуры* для оснащения номеров, которая включает в себя индивидуально регулируемые кондиционеры, телефоны, высокоскоростной доступ в Интернет, спутниковое телевидение, а также необходимые современные средства обеспечения безопасности, включая защиту от пожаров.

3. *Интерактивное телевидение.* Компания LG Electronics выпустила новую серию телевизоров для гостиничного рынка и корпоративного сегмента, функциональные возможности которых во многом превосходят стандартные характеристики обычных телевизоров. Данные телевизоры оснащены множеством специальных функций, обеспечивающие максимальный комфорт в использовании при минимальных эксплуатационных расходах, они гарантируют эффективный результат работы.

4. *Использование нового вида услуг для путешественников,* позволяющего пройти регистрацию на рейс и получить посадочные талоны, не выходя из лобби отеля (сети отелей «Хилтон», «Холи-дей Инн», «Хайят» и «Мариотт»). Данную функцию возьмут на себя компьютерные терминалы, оснащенные принтерами. Названия и логотипы авиакомпаний выводятся на экран регистрационной стойки. Гости выбирают необходимую им авиалинию, попадают на веб-сайт перевозчика, проходят процедуру регистрации онлайн (как на домашнем компьютере) и получают распечатанный посадочный талон.

5. *Беспроводная связь с обслуживающим персоналом* позволит гостям максимально просто и быстро решить любые вопросы. Личные дворецкие в сети St. Regis выполняют множество самых разнообразных функций: встречают и провожают гостей в аэропорту, бронируют столик в ресторане, кресло в театре или зал для деловой встречи, помогают разобрать и собрать вещи, следят за выполнением всех особых пожеланий гостей и т. д.



6. *Новый вид шоппинга*: не выходя из номера, клиенты могут осуществить покупку мужской и женской одежды. Такой вид сервиса в первую очередь ориентирован на деловых людей, которые в любой момент могут получить приглашение на прием, вечеринку или концерт и не иметь при этом подходящего туалета.

7. *Оздоровительные центры, spa-услуги*.

8. *Предоставление многофункциональных услуг*, в частности оборудование гостиничных номеров модернизированными развлекательными системами.

9. *Новая туристская услуга* – «мобильный гид» – появилась в Санкт-Петербурге. Воспользоваться таким гидом может любой абонент сотовой сети «Мегафон», достаточно лишь набрать номер 0777. Идея сервиса состоит в том, что за несколько секунд телефон определит местонахождение владельца и предложит ему рассказ о ближайших достопримечательностях Санкт-Петербурга на русском и английском языках. В настоящее время подготовлено 30 мини-экскурсий по полторы минуты каждая. Предполагается, что в будущем сервис будет помогать заблудившемуся туристу – подсказывать, как добраться до гостиницы или ресторана.

10. *Программы поощрения постоянных клиентов* получают все большее распространение в российских гостиницах (отель «Советский», «Президент-отель» и др.).

11. *Российская гостиничная сеть Heliopark Hotels & Resorts разработала несколько бонусных программ*, которые ориентированы на частные лица. Сегодня участниками этих программ являются 1,5 тыс. человек.

12. *Гостиничный автопилот*. Это технологии, которые применяются во многих (в том числе и российских) гостиничных предприятиях, предусматривающие развитие и трансформацию front desk. Выписка счета за проживание может быть организована в рамках киоска самообслуживания. Современные self check-in киоски могут позволить клиенту самому получить счет, оплатить номер и забрать ключи.

*Исходя из этого, можно сделать вывод, что на сегодняшний день существует множество направлений совершенствования деятельности гостиничных предприятий, позволяющие не только повысить конкурентоспособность компании, репутацию отеля, увеличить прибыль, но и привлечь новый контингент клиентов.*

*Вывод первого раздела:*

В ходе первого раздела были рассмотрены и проанализированы основные зарубежные и отечественные тенденции индустрии гостеприимства и на их основе выделены основные направления совершенствования деятельности гостиниц.

[Изяты вторая и третья главы]

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данного исследования явилась разработка мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Актолик» р.п.г.т. Северо-Енисейский Красноярского края. В результате данного исследования удалось получить актуальную информацию о деятельности МУП «УККР» гостиницы «Актолик» и разработать мероприятия для её совершенствования.

В ходе данного исследования были получены следующие результаты:

1. Выявлены основные тенденции развития индустрии гостеприимства в России и за рубежом:

Результатом явилось определение основных тенденций гостиничной отрасли в России и за рубежом. Основными из которых являются: расширение области интересов гостиничного бизнеса в продуктах и услугах; растущая демократизация гостиничной индустрии; расширение специализации гостиничного бизнеса; формирование новых видов туризма; глобализация и концентрация гостиничного бизнеса; глубокая персонификация обслуживания и полная концентрация на запросах и потребностях клиентов; внедрение новейших технологий в деловую стратегию гостиничных предприятий; массовое внедрение новейших средств коммуникации и информационных технологий.

2. Проанализированы теоретические основы основных направлений совершенствования деятельности в гостиничных комплексах:

Анализ показал, что на сегодняшний день существует множество направлений совершенствования деятельности предприятий индустрии гостеприимства, которые позволяют не только повысить конкурентоспособность компании, репутацию отеля, увеличить прибыль, но и привлечь новый контингент клиентов.

3. Изучена и проанализирована деятельность гостиниц Красноярского края:

В ходе анализа был сделан вывод, что гостиничный бизнес Красноярского края пока не сформирован как единая организованная система, которая способна осуществлять деятельность звеньев и элементов на национальном и международном туристском рынке, оказывать влияние на формирование туристских потоков, осуществлять обслуживание на уровне мировых стандартов. Следственно, необходимо понимать и то, что сфера гостиничных услуг - это мощная система хозяйства, как региона, так и страны, важная доходная составляющая экономики.

4. Разработаны пути решения проблем по повышению и развитию деятельности гостиниц Красноярского края:

В результате анализа основных направлений совершенствования деятельности гостиниц Красноярского края, были разработаны рекомендации для решения основных проблем гостиничной отрасли в Красноярском крае. Данные мероприятия могут способствовать успешному развитию гостиничной индустрии Красноярского края, а внедрение обязательной классификации объектов туристской индустрии решит проблему повышения качества сервиса и отдыха в Красноярском крае, явится гарантом, что качество предоставленных услуг соответствует заявленным «звездам» и, соответственно, вложенным инвестициям. В ближайшем будущем правительство планирует жестко контролировать соответствие «звездности» гостиницы качеству предоставляемых услуг, что будет способствовать выравниванию рынка гостиничных услуг.

5. Проанализирована деятельность гостиницы «Актолик» р.п.г.т. Северо-Енисейский Красноярского края и разработаны мероприятия по её совершенствованию:

В результате анализа деятельности гостиницы «Актолик», были разработаны рекомендации для её совершенствования. Данные мероприятия могут способствовать:

- повышению качества, предоставляемых услуг в гостинице,

- увеличению ассортимента ряда услуг, за счёт организации питания и внедрения интернета,
- повышению уровня загрузки предприятия, за счёт активного использования рекламы,
- увеличению прибыли, предприятия.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ГОСТ Р 53423-2009 Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения. – Введ. 01.07.2010. – Москва : Стандартинформ, 2010. – 20с.
2. ГОСТ Р 56184-2014 Инновационный менеджмент. Инновации. Основные положения. – Введ. 01.01.2016. – Москва : Стандартинформ, 2016. – 21 с.
3. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства: учебное пособие / Браймер Р.А. - Москва: Аспект Пресс, 1995. - 564 с.
4. Ваген, Л. В. Д. Гостиничный бизнес : перевод / Ваген Л. В. Д. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. - 412 с.
5. Вакуленко Р.Я. Управление гостиничным предприятием: учебное пособие / Р.Я Вакуленко, Е.А. Кочкурова. – Москва: Университетская книга; Логос, 2008. – 320 с.
6. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений / Джанджугазова Е.А. - Москва: Академия, 2014. - 224 с.
7. Квартальнов В.А. Международный туризм. Политика развития: учебное пособие / В.А Квартальнов, А.А. Романов - Москва: Советский спорт, 1998.- 142 с.
8. Мачалкин С.Е. Специфика развития гостиничного бизнеса в России на современном этапе хозяйствования: дис. канд. экон. наук / С.Е. Мачалкин. – Тамбов, 2012. – 156 с.
9. Уокер Д. Р. Введение в гостеприимство: учебное пособие / Д. Р. Уокер. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 735 с.
10. Города Красноярского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Города\\_Красноярского\\_края](https://ru.wikipedia.org/wiki/Города_Красноярского_края)
11. Гостеприимство: сибирские стандарты [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.idrenome.ru/content/view/Gostepriimstvo:-sibirskie-standarty>

12. Гостиницы Красноярского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.komandirovka.ru/countries/russia/krasnoyarskiy-kray/hotel/>

13. Инвесторы сосредоточены на обслуживаемых апартаментов по всему миру – гибридный класс промышленности hiotel открывает новые рыночные возможности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://hotelprojectsworldwide.com/2016/06/15/investors-focus-on-serviced-apartments-worldwide-hybrid-class-of-hiotel-industry-opens-up-new-market-opportunities/>

14. Итоги гостиничного и туристического бизнеса 2012 года по версии портала ProHotel.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://prohotel.ru/review-204788/0/>

15. Инновации: от концепции к внедрению [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.hotelline.ru/analitic\\_article.php?news\\_cid=536&news\\_id=1166](http://www.hotelline.ru/analitic_article.php?news_cid=536&news_id=1166)

16. К 2020 году Россия войдет в десятку стран лидеров туризма прогноз [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ria.ru/society/20080927/1516-50618.html>

17. Отельные намерены повышать имидж гостиниц в интернете [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://prohotel.ru/news-217910/0/>

18. Привлечение молодых специалистов России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/stat/Privlechenie-molodyh-specialistov.php>

19. Современный Красноярский край [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.krskstate.ru/80>

20. Предпринимательство. Торговля и услуги [Электронный ресурс]. Режим доступа. - [http://www.krasstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/krasstat/ru/statistics/enterprises/trade/](http://www.krasstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krasstat/ru/statistics/enterprises/trade/)

21. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/)

22. DRG: Исследование рынка гостиниц в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://report.ru/research/drg\\_Issledovanie\\_rynka\\_gostinic\\_v\\_Rossii/](http://report.ru/research/drg_Issledovanie_rynka_gostinic_v_Rossii/)
23. Схемы территориального планирования Красноярского края. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://minstroy.krskstate.ru>.
24. Официальный сайт администрации Северо-Енисейского района [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.admse.ru>.
25. Сайт МУП УККР [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://уккр.рф/company/mission.php>.
26. Деятельность предприятия МУП УККР [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://уккр.рф/company/mission.php>.
27. Энциклопедия красноярского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://my.krskstate.ru/docs/regions/severo-eniseyskiy-rayon/>



## **ПРИЛОЖЕНИЕ А – Правила проживания в гостинице «Актолик»**

### **Правила проживания в гостинице «Актолик»**

Настоящие правила устанавливают порядок бронирования, поселения, проживания и предоставления услуг в гостинице «Актолик».

1. Гостиница «Актолик» предназначена для временного проживания гостей на срок согласованный с администрацией гостиницы. Согласно правилам проживания в средстве размещения «Актолик» проживающий обязан освободить номер по требованию администрации по истечении согласованного срока проживания. При желании продлить срок проживания необходимо сообщить об этом администратору гостиницы не позднее, чем за 2 часа до расчетного часа. Допускается продление срока проживания в том же номере только при отсутствии на него подтвержденной брони в пользу третьих лиц.

2. Режим работы гостиницы «Актолик» круглосуточный.

3. Поселение в гостиницу осуществляется по предъявлении паспорта, военного билета или иного документа удостоверяющего личность.

4. Администратор гостиницы принимает заявки на бронирование номера от юридических и физических лиц, плата за бронь составляет 10% от стоимости одного места в номере. При бронировании гость выбирает категорию номера, а право выбора конкретного номера остается за администрацией гостиницы. Бронь аннулируется при опоздании более чем на сутки или без преждевременного предупреждения.

5. Плата за проживание в гостинице осуществляется в рублях, наличными денежными средствами или путем безналичного перечисления по ценам, согласно утвержденного руководством гостиницы прейскуранта. Только после внесения гостем оплаты за весь предполагаемый срок проживания производится поселение в гостиницу. Окончательный счет за оказанные услуги выдается при выезде гостя. Администрацией гостиницы установлено посуточное и почасовое проживание.

6. За проживание детей в возрасте до 7 лет, без предоставления отдельного места, оплата не взимается.

7. По просьбе проживающих, с согласия администрации, допускается нахождение посторонних лиц в номере с 8:00 до 23:00, для этого посетителю необходимо зафиксировать свои личные данные в журнал для посетителей у администратора.

8. В случае задержки посетителя в номере гостя после 23:00 или прохода в гостиницу зарегистрированным гостем постороннего лица в ночное время данные лица должны быть оформлены на подселение в номер гостя. За такое подселение взимается оплата согласно утвержденного в гостинице «Актолик» прейскуранта.

9. Смена постельного белья и полотенец производится в следующем порядке: Номер «Люкс» - один раз в три дня, также по просьбе гостя; Номера 1 и 2-х местные — один раз в три дня; Номера 3 и 4-х местные — один раз в пять дней.

10. Гостиница обеспечивает проживающим следующие виды бесплатных услуг: - вызов «скорой помощи», пользование медицинской аптечкой; - услуга «будильник» к определенному времени; - предоставление швейных принадлежностей, комплекта посуды и столовых принадлежностей; - пользование утюгом и гладильной доской; - пользование микроволновой печью; - комната для приема пищи.

11. Проживающий обязан:

- при выходе из номера закрывать водоразборные краны, окна, выключать свет, телевизор, чайник;
- соблюдать установленный в гостинице «Актолик» порядок проживания, соблюдать чистоту, тишину и общественный порядок в номере и гостинице;
- строго соблюдать правила пожарной безопасности;
- в случае утраты, повреждения или порчи имущества гостиницы возместить ущерб;

- нести ответственность, за действия приглашенных им к себе в номер посетителей;

- исключать возможность возникновения в номере инфекции.

#### 12. В гостинице ЗАПРЕЩАЕТСЯ:

- оставлять в номере посторонних лиц, так же передавать им ключи от номера;
- хранить громоздкие вещи, легковоспламеняющиеся материалы, оружие, химические и радиоактивные вещества, ртуть;
- держать в номере животных (птиц, рептилий);
- курить в номерах и во всех помещениях гостиницы;
- распивать спиртные напитки и находиться в состоянии алкогольного или наркотического опьянения;
- нарушать покой гостей, проживающих в соседних номерах.

13. Администрация не несет ответственности за утрату ценных вещей гостя, находящихся в номере, при нарушении им порядка проживания в гостинице. В случае обнаружения забытых вещей администрация принимает меры к возврату их владельцам. Если владелец не найден, администрация заявляет о находке в полицию.

14. Книга отзывов и предложений находится на ресепшене гостиницы.

15. Администрация гостиницы оставляет за собой право посещения номера без согласия с гостем в случае задымления, пожара, затопления, а так же в случае нарушения гостем настоящего порядка проживания, общественного порядка, порядка пользования бытовыми приборами.

16. Гостиница вправе отказаться в продлении срока проживания в случае нарушения гостем порядка проживания, несвоевременной оплаты услуг гостиницы, причинения гостем материального ущерба гостинице.

## **ПРИЛОЖЕНИЕ Б – Анкета гостя**

Анкета гостя

Дорогой гость гостиницы «Актолик»!

Мы рады Вам и стремимся повысить уровень Вашего комфорта!

Поэтому просим Вас ответить на вопросы данной анкеты!

**1. Удовлетворяет ли Вас географическое расположение «Актолик»?**

- да, - нет, - частично, - иное

**2. Оцените, пожалуйста, степень транспортной доступности «Актолик»:**

- высокая, - средняя, - низкая, - иное

**3. Оцените, пожалуйста, удобство, безопасность, комфортность местонахождения «Актолик»:**

- высокая, - средняя, - низкая, - иное

**4. Пожалуйста, оцените пространственное удобство «Актолик» по 5-балльной системе:**

- ресепшн: 1 2 3 4 5

- номера: 1 2 3 4 5

- санузлы: 1 2 3 4 5

- вестибюль: 1 2 3 4 5

**5. Оцените, пожалуйста, услуги «Актолик»:**

- бронирование: 1 2 3 4 5

- размещение: 1 2 3 4 5

-. обслуживание в номерах: 1 2 3 4 5

- удобство работать в период служебных командировок: 1 2 3 4 5

**6. Пожалуйста, дайте оценку ценовой политике «Актолик»:**

- цены устраивают, - цены завышены, - иное

**7. Оцените, пожалуйста, работу персонала по 5-балльной системе:**

- заведующая гостиницы: 1 2 3 4 5

- администраторы: 1 2 3 4 5

- горничные: 1 2 3 4 5

- вспомогательный персонал: 1 2 3 4 5

**8. Оцените, пожалуйста, по 5-балльной системе ряд характеристик**

**«Актолик»:**

- стилистика интерьеров: 1 2 3 4 5

- качество мебели: 1 2 3 4 5

- качество инвентаря: 1 2 3 4 5

- атмосфера отеля: 1 2 3 4 5

**9. Если Вы хотите добавить что-либо к данной анкете, пожалуйста, напишите: \_\_\_\_\_**

**10. А теперь – несколько слов о себе:**

- Ваш пол: - муж., - жен.

- Ваш возраст: 18-25 лет, 26-40 лет, 41-55 лет, 56-65 лет, старше 65 лет,

- Цель посещения р.п. Северо-Енисейский:

- служебная командировка,

- личные дела,

- туризм,

- иное

- Являетесь ли Вы нашим постоянным гостем: - да, - нет.

- Если Вы наш постоянный гость, то с какого года Вы им стали: \_\_\_\_\_

**11. Если ли у Вас желание всегда становиться гостем именно нашей гостиницы:**

- да, - нет, - не знаю

**12. Что бы мы могли еще сделать, чтобы Ваше пребывание в гостинице «Актолик» стало бы для Вас незабываемым? \_\_\_\_\_**

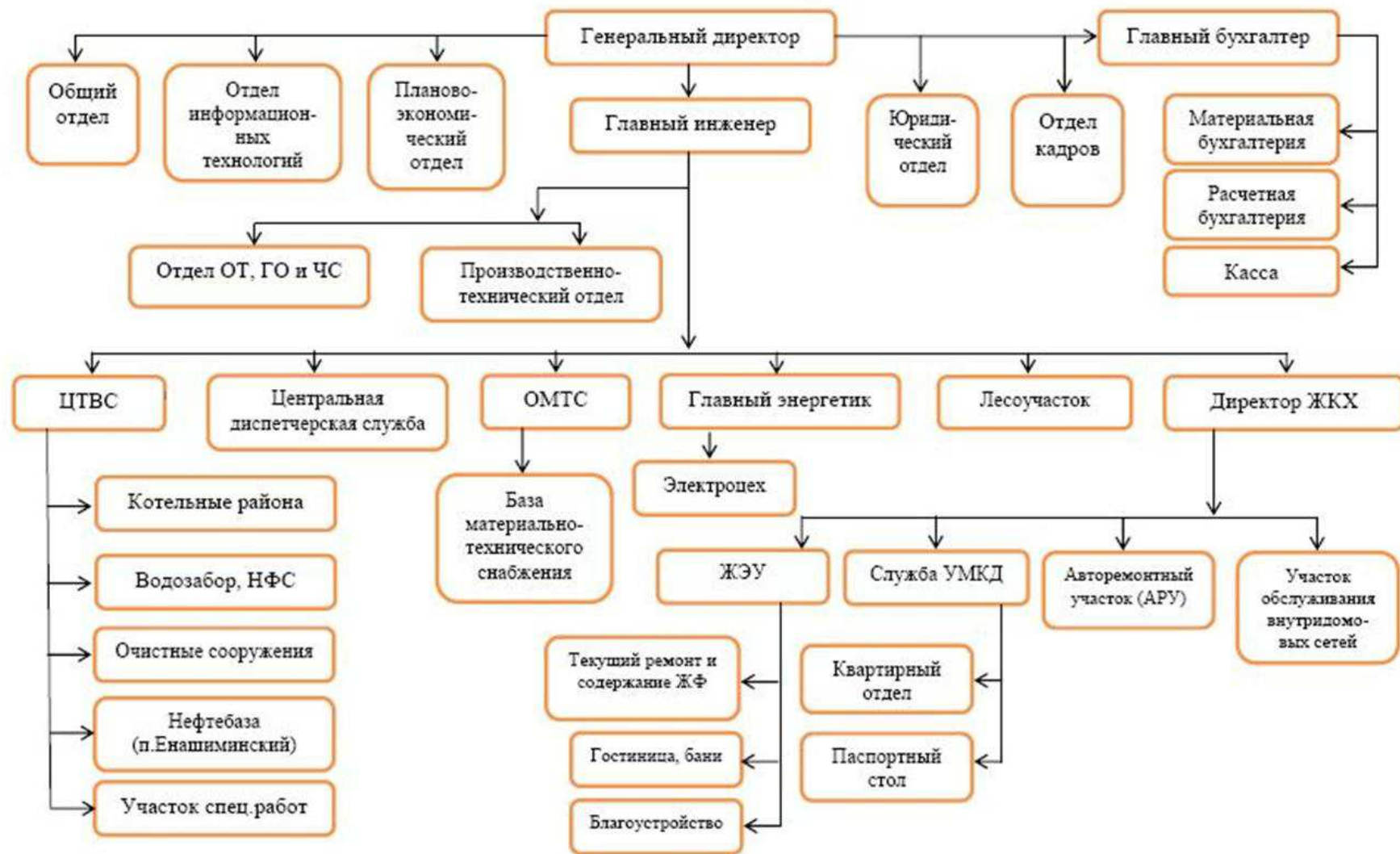
Благодарим за участие в анкете!

Желаем удачи!

Всегда Вас ждем!


## ПРИЛОЖЕНИЕ В – Организационная структура управления МУП «УККР»

Организационная структура управления МУП «Управление коммуникационным комплексом Северо-Енисейского района»



Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт  
Кафедра технологии и организации общественного питания

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 Камоза Т. Л.  
« 21 » 06 2017 г.


**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

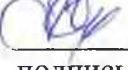
43.03.03 «Гостиничное дело»  
код и направление подготовки

43.03.03.00.01 «Ресторанная деятельность»  
профиль направления подготовки

Разработка мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы  
«Актолик» п.г.т. Северо-Енисейска Красноярского края  
тема

Руководитель  21.06.2017 доцент, канд. техн. наук Е.О. Никулина  
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник  21.06.2017 ГД-13-2 Е.И. Гаврилюк  
подпись, дата группа инициалы, фамилия

Нормоконтролер  21.06.2017 Е.О. Никулина  
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2017