

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

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра гостиничного дела

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ М. Д. Батраев

подпись

инициалы, фамилия

« ____ » _____ 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.03 Гостиничное дело

код и наименование направления подготовки

43.03.03.02.01 Ресторанное дело

код и наименование профиля подготовки

Разработка мероприятий по расширению дополнительных услуг на примере
отеля «Novotel Красноярск Центр»

тема

Руководитель

подпись, дата

доцент, канд.техн. наук

должность, ученая степень

О. М. Сергачева

инициалы, фамилия

Выпускник

подпись, дата

ТТ17-02БПГР

группа

Н. А. Назаров

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

подпись, дата

О. М. Сергачева

инициалы, фамилия

Красноярск 2021

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

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра гостиничного дела

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ М. Д. Батраев

подпись

инициалы, фамилия

« ____ » _____ 2021 г.

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

в форме _____ **бакалаврской работы**
(бакалаврской работы, дипломного проекта, дипломной работы, магистерской диссертации)

Студенту (ке)

Назарову Никите Андреевичу

(фамилия, имя, отчество студента(ки))

Группа ТТ17-02БПГР

направление подготовки 43.03.03

(код)

Гостиничное дело

(наименование)

профиль 43.03.03.02.01 Ресторанное дело

Тема выпускной квалификационной работы

Разработка мероприятий по расширению дополнительных услуг на примере отеля «Novotel Красноярск Центр»

Утверждена приказом по университету № 4906/с от 09.04.2021г.

Руководитель ВКР

О. М. Сергачева, канд.техн.наук, доцент, доцент кафедры гостиничного дела ИТиСУ

(инициалы, фамилия, должность и место работы)

Исходные данные для ВКР

Данные об отеле «Novotel Красноярск Центр» представленные гостиничным предприятием и размещенные в общедоступных источниках

Перечень разделов ВКР

1 Теоретические основы предоставления гостиничных услуг

2 Анализ услуг предоставляемых отелем «Novotel Красноярск Центр»

3 Рекомендации по расширению спектра дополнительных услуг для отеля «Novotel Красноярск Центр»

Перечень графического или иллюстративного материала: графический материал отсутствует

Руководитель ВКР

(подпись)

О. М. Сергачева

(инициалы и фамилия)

Задание принял к исполнению

подпись,

Н. А. Назаров

инициалы и фамилия студента(ки))

«14 » апреля 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Теоретические основы предоставления гостиничных услуг.....	6
1.1 Нормативно-правовая база, регулирующая работу гостиниц.....	6
1.2 Особенности предоставления гостиничных услуг.....	15
1.3 Роль различных видов туризма в формировании услуг гостиницы.....	23
1.4 История развития ассортимента дополнительных услуг в Novotel в России и мире.....	28
2 Анализ услуг, предоставляемых отелем «Novotel Красноярск Центр».....	33
2.1 Организационная характеристика отеля «Novotel Красноярск Центр»..	33
2.2 Организационно-управленческая структура отеля «Novotel Красноярск Центр».....	37
2.3 Анализ контингента потребителей услуг в отеле «Novotel Красноярск Центр».....	45
2.4 Характеристика услуг, предоставляемых отелем «Novotel Красноярск Центр».....	48
2.5 Преимущества и недостатки в оказании спектра услуг отелем «Novotel Красноярск Центр».....	52
3 Рекомендации по расширению спектра дополнительных услуг для отеля «Novotel Красноярск Центр».....	55
3.1 Разработка и внедрение дополнительной услуги пеших экскурсий для отеля «Novotel Красноярск Центр».....	55
3.2 Расчет экономической целесообразности внедрения предложенных мероприятий.....	67
Заключение.....	72
Список использованных источников.....	74
Приложение А Расположение отеля «Novotel Красноярск Центр» на карте города	79
Приложение Б Элемент портфеля экскурсовода.....	80

Приложение В Пример оформления чек-листа по кофейням города Красноярск	81
Приложение Г Пример оформления чек-листа по Калининградской области	82
Приложение Д Пример оформления чек-листа по городу Казань.....	83

ВВЕДЕНИЕ

В условиях пандемии новой коронавирусной инфекции вся туристическая индустрия и, в частности, гостиничный бизнес оказались на грани выживания. Международный туризм не просто оказался поставленным на паузу, но и вовсе заморожен. Многие страны начали адаптироваться по-разному к сложившимся условиям. Введение льготных кредитов, налоговых послаблений и тому подобные меры привели, по крайней мере, к сохранению туристического сектора мировой экономики, пусть и в тяжёлом состоянии в странах, зависящих от въездного туризма.

В Российской Федерации, помимо всего прочего, был сделан очень важный не только к сохранению туристического сектора и, в частности, гостиничного бизнеса во время пандемии, но и к развитию всего рынка внутреннего туризма.

Так, началась массовая рекламная кампания мест туристской дестинации в Российской Федерации. Была введена программа туристического кэшбэка, которая позволила поднять спрос на внутренние направления в условиях нестабильности международного туризма на уровень, когда спрос кратно превысил предложение на черноморском побережье Российской Федерации.

Стоит отметить, что одним из наименее пострадавших видов туризма в мире стал деловой. Это связано с тем, что с деловыми, рабочими целями людям перемещаться, так или иначе, приходится, пусть и с соблюдением мер профилактики коронавирусной инфекции, которые зависят, как от государства, так и от региона на его территории. Многие государства, прекратив выдачу виз для несущественных поездок на территорию своих государств, в частности, страны Европейского Союза, оставили возможность для получения рабочих и учебных категорий виз.

О ситуации на рынке делового туризма в Российской Федерации на июнь 2021 года говорит тот факт, что на 16 июня 2021 года в отеле «Novotel

Красноярск Центр», профиль которого оставляют деловые туристы, 100% загрузка номерного фонда.

В связи с нынешней тенденцией на развитие внутреннего туризма необходимо закрепить позиции на момент открытия международного туристического сообщения. Так, отелю «Novotel Красноярск Центр» предлагается расширить ассортимент дополнительных услуг за счёт внедрения экскурсионного бюро для повышения сужестивных продаж и привлечения к ещё большему пользованию своими услугами местных жителей – красноярцев и жителей края.

Стоит отметить, что тенденцию компании Ассор на интеграцию отелей гостиничной цепи в жизнь местных жителей городов, где отель находится, обозначил ещё генеральный директор Себастьян Базин. Отель «Novotel Красноярск Центр», принадлежащий ООО «КрасноярскИнвест», входит в состав гостиничной цепи Ассор, поэтому данная тенденция является актуальной для него.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, включающего 34 источника и 5 приложений.

1 Теоретические основы предоставления гостиничных услуг

1.1 Нормативно-правовая база, регулирующая работу гостиниц

Законодательство в сфере индустрии гостеприимства и средств размещения находится в постоянном развитии. С появлением новых форм и типов средств размещения и способов их классифицировать, законодателям приходится искать новые способы регулирования рынка для того, чтобы гости отелей могли получать только предсказуемый для них результат.

Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 09.03.2021) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" даёт следующие определения, касающиеся основных понятий, связанных с гостиничным бизнесом:

Гостиница – это средство размещения, в котором предоставляются гостиничные услуги и которое относится к одному из видов гостиниц, предусмотренных положением о классификации гостиниц, утвержденным Правительством Российской Федерации. К гостиницам не относятся средства размещения, используемые для осуществления основной деятельности организаций отдыха и оздоровления детей, медицинских организаций, организаций социального обслуживания, физкультурно-спортивных организаций, централизованных религиозных организаций и (или) религиозных организаций, входящих в их структуру.

Гостиничные услуги – это комплекс услуг по предоставлению физическим лицам средства размещения и иных услуг, предусмотренных Правилами предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденными Правительством Российской Федерации, которые предоставляются индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами.

Классификация гостиниц – это отнесение гостиниц к определенным категориям, установленным положением о классификации гостиниц,

утвержденным Правительством Российской Федерации, на основании оценки соответствия гостиниц и предоставляемых в них гостиничных услуг требованиям, установленным этим положением [17].

Актуальным является вступивший в силу с 1 января 2021 года нормативный правовой акт, регламентирующий работу гостиниц – это Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 N 1860 "Об утверждении Положения о классификации гостиниц".

Для целей классификации все виды гостиниц классифицируются по системе звёзд, в которой предусмотрено 6 категорий: "пять звезд", "четыре звезды", "три звезды", "две звезды", "одна звезда", "без звезд". Высшей категорией является категория "пять звезд", низшей - "без звезд".

Далее необходимо подробно рассмотреть набор услуг, которым должен располагать отель для того, чтобы ему возможно было присвоить категорию четыре звезды. Отель категории четыре звезды должен по просьбе гостя круглосуточно предоставлять услуги подноса багажа в номер. Смена постельного белья должна производиться не реже, чем один раз в два дня, а использованных полотенец - ежедневно. Помимо вышеперечисленных услуг, отель категории четыре звезды в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 18.11.2020 N 1860 "Об утверждении Положения о классификации гостиниц" должен располагать набором туристских услуг:

1. Туристская информация в службе приема и размещения, расположенная в холле гостиницы;
2. Предоставление экскурсий, гидов и гидов-переводчиков.

К гостиницам не относятся и классификации не подлежат средства размещения, используемые для осуществления основной деятельности организаций отдыха и оздоровления детей, медицинских организаций, организаций социального обслуживания, физкультурно-спортивных организаций, централизованных религиозных организаций и (или) организаций, входящих в их структуру, кемпинги, общежития и иные средства размещения, в которых не предоставляются гостиничные услуги.

Классификация гостиницы не проводится в период действия мер по приостановлению деятельности по предоставлению гостиничных услуг, примененных в отношении такой гостиницы в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Важно также привести понятийный аппарат, который будет отвечать за то, чтобы раскрыть сущность работы экскурсионного бюро в гостиничном комплексе, если оно в нём имеется.

Экскурсант - лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика;

Экскурсовод (гид) - профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;

Гид-переводчик - профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;

В связи с правилами предоставления гостиничных услуг в отеле «Novotel Красноярск Центр» можно выделить нижеследующие понятия:

Гостиничные услуги – это комплекс услуг по обеспечению временного проживания в гостинице, включая сопутствующие услуги, перечень которых определён исполнителем, то есть, отелем «Novotel Красноярск Центр» (ООО КрасноярскИнвест).

Цена номера – это стоимость временного проживания и иных сопутствующих услуг, определённых Исполнителем, то есть отелем «Novotel Красноярск Центр» (ООО КрасноярскИнвест), оказываемых за единую цену.

Понятия «потребитель» и «гость» приведены в правилах предоставления гостиничных услуг отеля «Novotel Красноярск Центр» в

качестве синонимов и взаимозамещающих понятий, что говорит о том, что гость является потребителем гостиничных услуг.

Потребитель (Гость) – это физическое лицо, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее и (или) использующее гостиничные услуги исключительно для личных или иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Расчётный час – это время, установленное Исполнителем для выезда Потребителя.

Приведённые ниже документы распространяются на все подразделения и персонал гостиницы, связанные с получением, хранением, обработкой пищевых продуктов и обслуживанием в точках общественного питания, в том числе и на столовую для персонала, а также на поддерживающие функции, то есть клининг, инженеров.

Законодательство и обязательные нормы, а также официальные рекомендации по их применению:

ТР ТС 021/2011 (с изм. и доп., вступ. в силу с 11.07.2020) – Технический регламент таможенного союза о безопасности пищевой продукции.

СП 2.3.6.1079-01 – (версия от 10.06.2016) Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья.

СП 1.1.1058-01 (версия от 27.03.2007) – Организация и проведение производственного контроля за соблюдением санитарных правил и выполнением санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий.

МР 5.1.0098-14 – Методические подходы к организации оценке процессов производства (изготовления) пищевой продукции на основе принципов ХАССП (Статус рекомендаций).

МУ 5.1.008-01 – Порядок и методика осуществления производственного контроля за соблюдением санитарных правил и выполнением санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий на предприятиях пищевой промышленности, общественного питания, продовольственной торговли.

СанПиН 3.5.2.1376-03 – Санитарно-эпидемиологические требования к организации и проведению дезинсекционных мероприятий против синантропных членистоногих.

СП 3.5.3.3223-14 – Санитарно-эпидемиологические требования к организации и проведению дератизационных мероприятий.

СанПиН 2.1.7.1322-03 – Гигиенические требования к размещению и обезвреживанию отходов производства и потребления.

СанПиН 3.5.2.1376-03 – Санитарно-эпидемиологические требования к организации и проведению дезинсекционных мероприятий против синантропных членистоногих.

СП 2.2.2.1327-03 – Гигиенические требования к организации технологических процессов, производственному оборудованию и рабочему инструменту.

СП 2.1.7.1386-03 – Санитарные правила по определению классов опасности отходов производства.

СанПиН 2.2.1./2.1.1.1278-03 – Гигиенические требования к естественному, искусственному и совмещенному освещению жилых и общественных зданий.

СанПиН 2.1.4.2496-09 – Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения. Контроль качества.

СанПиН 2.1.4.1074-01 – Гигиенические требования к обеспечению безопасности систем горячего водоснабжения.

№302-н – Об утверждении перечней вредных и (или) опасных производственных факторов и работ, при выполнении которых проводятся

обязательные предварительные и периодические медицинские осмотры (обследования) и Порядка проведения обязательных предварительных и периодических медицинских осмотров (обследований) работников, занятых на тяжелых работах и работах с вредными и (или) опасными условиями труда.

СП 3.5.1378-03 – Санитарно-эпидемиологические требования к организации и осуществлению дезинфекционной деятельности.

СанПиН 2.1.2.2646-10 – Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, оборудованию, содержанию и режиму работы прачечных.

СП 3.1.1.3108-13 Профилактика острых кишечных инфекций.

СП 3.1./3.2.1379-03 – Общие требования по профилактике инфекционных и паразитарных болезней.

СП 1.1.1058-01 – Организация и проведение производственного контроля за соблюдением санитарных правил и выполнением санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий.

Требования международных стандартов, добровольно используемые Отелем:

ISO 22000:2005 (ГОСТ Р ИСО 22000-2007) – Системы менеджмента безопасности пищи – Требования к любой организации в пищевой цепочке.

ISO/TS 22002-2:2013 (ГОСТ Р 56746-2015) – Предварительные программы по безопасности пищи. Часть 2: Общественное питание.

Вопросы охраны труда в отеле «Novotel Красноярск Центр» рассматривает раздел X Трудового кодекса Российской Федерации. Трудовой кодекс устанавливает требования охраны труда, организацию охраны труда, обеспечение прав работников на охрану труда.

Персонал отеля «Novotel Красноярск Центр» применяет в работе сложное оборудование, обеспечивающее создание и поддержание нормальных условий жизнедеятельности. Все эти факторы требуют соблюдения правил охраны и безопасности труда. Общее руководство этой работой осуществляет генеральный директор, организационно-техническую

работу осуществляет главный инженер. Отель «Novotel Красноярск Центр» разрабатывает «Положение по организации работы по охране труда», кроме этого, для каждой категории работников разрабатываются инструкции. Ответственность за организацию и соблюдение мер охраны труда несут руководители служб, на которых возлагается:

- выполнение всех мероприятий, разработанных в отеле «Novotel Красноярск Центр», создание надлежащих условий труда, предупреждение причин производственного травматизма и заболеваемости;

- проведение инструктажей на рабочих местах и обучение безопасным методам работы;

- обеспечение надзора за надлежащим состоянием оборудования, механизмов, инвентаря, ограждающих устройств, опасных мест, подсобных и санитарно-бытовых помещений;

- обеспечение надлежащей эксплуатации и эффективной работы вентиляционных устройств, кондиционеров, нормальное освещение помещений и рабочих мест;

- разработка инструкций по технике безопасности с учетом специфики работающих и обеспечение ими персонала, а рабочих мест предупреждающими надписями;

- обеспечение порядка на рабочих местах;

- создание нормальных температурных условий;

- обеспечение соблюдения работниками правил, инструкций, приказов и указаний по охране труда.

С каждым новым работником менеджер по персоналу отеля «Novotel Красноярск Центр» проводит вводный инструктаж по технике безопасности. Результаты вводного инструктажа отражаются в контрольном листе прохождения инструктажа. На рабочем месте руководитель службы проводит с новым работником первичный инструктаж, что отражается в журнале регистрации инструктажей. Лица, не прошедшие вводный и первичный инструктажи, к работе не допускаются. Повторный инструктаж со всеми

категориями работников проводится один раз в три месяца. Если работник привлекается к работам, не входящим в основные его обязанности, он должен пройти специальный инструктаж до начала этой работы. Если работник нарушил правила, нормы и инструкции по технике безопасности, с ним проводится внеплановый инструктаж.

Нормативным документом, на основании которого ведется приготовление и реализация блюд в ресторане «GourmetBar» в отеле «Novotel Красноярск Центр», является сборник рецептов блюд и кулинарных изделий. В рецептурах приводится набор и количество продуктов, входящих в блюдо, способ их обработки, выход, правила отпуска готовых изделий. На каждое блюдо, реализуемое на предприятии, составляются технологические карты, которые содержат все необходимые сведения и, соответственно, инструкции для персонала, который выполняют определенный технологический процесс. Все карты оформляются на компьютере, на основании сборника рецептов. Технологические карты составляются шеф-поваром и технологом по установленной форме, подписываются управляющим и бухгалтером.

При любых изменениях или доработках блюд, оформляются новые технологические карты и технико-технологические карты, так как исправления недопустимы.

Срок действия технологических документов не ограничен.

На новые и фирменные блюда и кулинарные изделия, изготавливаемые и реализуемые только в ресторане «GourmetBar» в отеле «Novotel Красноярск Центр», разрабатываются технико-технологические карты. В них наряду с технологией приготовления продукции и нормами закладки продуктов включаются требования к безопасности используемого сырья и технологического процесса, результаты лабораторных исследований продукции по показателям безопасности.

Технико-технологическая карта содержит следующие разделы:

1. Область применения;

2. Требования к сырью;
3. Рецептура, включая норму расхода сырья и пищевых продуктов брутто и нетто, массу, то есть выход полуфабриката и/или выход готового изделия, то есть блюда;
4. Технологический процесс;
5. Требования к оформлению, подаче, реализации и хранению продукции общественного питания;
6. Показатели качества и безопасности продукции общественного питания;
7. Информационные данные о пищевой ценности продукции общественного питания.

В разделе «Область применения» указывают наименование блюда и определяют перечень и наименования предприятий или филиалов, подведомственных предприятий, которым дано право производства и реализации данного блюда.

В разделе «Требования к качеству сырья» делают запись о том, что продовольственное сырье, пищевые продукты и полуфабрикаты, используемые для изготовления данного блюда, должны соответствовать требованиям нормативных и технических документов: ГОСТ и ТУ и иметь сопроводительные документы, подтверждающие их качество и безопасность в соответствии с нормативными правовыми документами, действующими на территории государства, принявшего стандарт.

В разделе «Рецептура» указывают норму расхода сырья и пищевых продуктов брутто и нетто на одну, десять или более порций или штук, или на один, десять и более кг, массу, то есть выход полуфабриката и выход продукции общественного питания: кулинарных полуфабрикатов, блюд, кулинарных, булочных и мучных кондитерских изделий.

Раздел «Технологический процесс» содержит подробное описание технологического процесса изготовления изделия, в том числе режимы механической и тепловой обработки, обеспечивающие безопасность изделия,

применение пищевых добавок, красителей, виды технологического оборудования и тому подобное.

В разделе «Требования к оформлению, подаче, реализации и хранению» отражают особенности оформления и подачи блюда, требования, порядок реализации продукции общественного питания, условия хранения и реализации, сроки годности согласно нормативным документам, действующим на территории государства, принявшего стандарт, а при необходимости и условия транспортирования.

В разделе «Показатели качества и безопасности» указывают органолептические показатели изделия: внешний вид, текстуру, то есть консистенцию, вкус и запах. Здесь же делают запись о том, что микробиологические показатели изделия должны соответствовать требованиям или гигиеническим нормативам, установленным в соответствии с нормативными правовыми актами или нормативными документами, действующими на территории государства, принявшего стандарт.

В разделе «Информационные данные о пищевой ценности» указывают данные о пищевой и энергетической ценности изделия. Пищевую ценность изделия определяют расчетным или лабораторным методами.

Технико-технологические карты оформляют машинописным способом.

Каждая технико-технологическая карта получает порядковый номер и хранится в картотеке предприятия. Подписывает технико-технологическую карту ответственный разработчик в ресторане «GourmetBar» в отеле «Novotel Красноярск Центр».

При внесении изменений в рецептуру или технологию производства продукции технико-технологическую карту переоформляют.

1.2 Особенности предоставления гостиничных услуг

Гостиничный бизнес построен на предоставлении услуги размещения тем, кто в силу тех или иных причин в ней нуждается. Воспользоваться этой

услугой могут как приезжие из других районов, городов и местностей, так и местные жители, чтобы воспользоваться либо основной услугой гостиниц – размещения, либо дополнительными, например, услугами питания, конференц-зала, аренды шезлонга и многими другими.

На протяжении своей долгой истории, которую гостиничный бизнес начинает ещё с древних времен, когда услугами постоялых дворов пользовались, в основном, торговцы и паломники, совершавшие долгие, часто пешие, переходы. Создание сети торговых и паломнических маршрутов привело к тому, что в какой-то момент стало ясно, что людям, совершавшим эти путешествия, было необходимо где-то размещаться для ночлега, а часто и питаться. Так зародились первые гостиницы.

Однако, есть и яркие исключения на территории европейского континента. Так, например, в Хорватии развитие гостиничной индустрии началось с появления трактиров. Традиции гостиничного дела и платного гостеприимства на территории Хорватии восходят ещё к античным временам, когда между римскими городами-поселениями прокладывались дороги с постоялыми дворами и тавернами, которые, как правило, располагались друг от друга на расстоянии дневного конного перехода, что составляло от тридцати до сорока километров. Таким образом, можно сказать, что уже тогда был негласный стандарт организации средств размещения и питания. Стоит отметить, что такой принцип обустройства торговых дорог сохранился в Средиземноморье и в эпоху Средневековья. Термин «гостиница» или «постоялый двор» требует уточнения, потому что под гостиницей в те времена в хорватском языке понималось заведение, где можно было поесть, а остаться на ночлег можно было только в экстраординарных случаях, поэтому здесь бы лучше подошёл термин «корчма» [7].

В Средние века поток туристов требовал создания широкой сети платных средств размещения. Такие, преимущественно, появлялись в портовых городах, местах паломничества или термальных источниках, куда

люди направлялись на лечение. Для паломников в Средние века создавались приюты при монастырях, которым в то время гостеприимство приписывалось уставом Святого Бенедикта Нурсийского (около 480-547гг.).

Опатия - город-курорт, известный с 1840-х годов возник вокруг Бенедиктинского монастыря Святого Иакова, расположенного на пути паломников из Центральной Европы в Рим или отправлявшимся морским путём в Палестину. В наши дни сохранилась церковь Святого Якова XV века. К периоду турецких завоеваний, относящемуся к XVI-XVIII векам, на территории Хорватии восходит ещё одно понятие для заведений гостеприимства: караван-сарай, которые в хорватском языке назывались - хан. Караван-сарай представлял собой прямоугольный постоянный двор с колодезем в центре и одним входом, окруженный стенами, чтобы защититься от нападения грабителей – они, как и их предшественники, родом из древнего мира, располагались на расстоянии дневного перехода путников и предоставляли бесплатный ночлег, но еду и ковры путешественники должны были иметь свои. В городах же караван-сарай или ханы были платными и являлись центрами общественной жизни.

В наше время на такой хан увидеть во Вране у города Пакошане в Хорватии. Он был построен в XVII веке по заказу Юсуфа Машковича, местного дворянина на турецкой службе. «Хан Юсуфа Машковича» был частично разрушен во время войны 1991-1995 годов и, в своё время являлся самым большим караван-сараяем в Европе. На сегодняшний день, «Хан Юсуфа Машковича» является отелем, в котором можно приобрести, как услугу проживания, так и различные дополнительные услуги, например, завтрак. Стоимость размещения на одну ночь в этом караван-сараяе в зависимости от курса валют, составляет около семи тысяч двухсот рублей.

В наше время уже есть чётко сформированное и прописанное понятие того, что должна представлять собой гостиница. Так, гостиница – это средство размещения, состоящее из некоторого количества номеров, управляемое единым руководящим центром и, предоставляющее заданный

классностью список услуг. Гостиницы подразделяются на различные классы в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров. В России историческое наименование бюджетного средства размещения аналога гостиницы – это постоялый двор.

Гостиница предоставляет постояльцу основные и дополнительные услуги, поэтому важно дать понятие слову «услуга». Услуга - ряд действий, которые являются инструментами для производства ценности, они могут создать ценность, но сами не являются самостоятельной ценностью.

Главной особенностью гостиничного продукта является то, что клиент не имеет право собственности на товар, которым пользуется. Выделяют характерные черты услуги, которые определяют специфику услуг размещения.

- Неотделимость производства от потребления услуги. Зачастую, во множестве ситуаций типичных для индустрии гостеприимства, оказание услуги надлежит осуществлять в присутствии того, кто оказывает ее, и того, кому она оказывается. Эта деятельность происходит на территории производителя, а не потребителя данной услуги. Помимо этого, персонал, производящий услуги, непосредственно взаимодействует с потребителем. В процессе предоставления требуется постоянное участие, как от производителя, так и от потребителя. Клиент рассматривает персонал гостиницы как неотделимую часть самой услуги. Именно поэтому качество гостиницы определяется в значительной степени поведением служащих.

- Невозможность хранения услуги. Производство услуги зафиксировано во времени и пространстве: если услуга, то есть, гостиничный продукт не проданы в определенный день, то потенциальная прибыль теряется и не может быть восполнена. Услуги нельзя складировать, так как они рассчитаны на удовлетворение потребностей в реальном времени.

- Неосвязаемость услуги. В отличие от материальных товаров услуги нельзя попробовать, измерить, оценить на вкус, на ощупь, их не увидишь и не услышишь до момента их непосредственного предоставления. Тот, кто

приобрел какую-либо услугу, в руках ничего не уносит, но в памяти удерживает многое. Человек уносит с собой воспоминание, которым может поделиться с другими потенциальными потребителями данной услуги.

- Сезонность колебания спроса. Для гостиничного рынка характерны колебания спроса в зависимости от сезона года. Большинство туристов отдыхают в летние месяцы, но есть и всесезонные курорты, а также горнолыжные курорты, работающие, преимущественно, зимой.

- Непостоянство качества услуги. Услуги сферы гостеприимства отличаются изменчивостью, то есть их качество зависит от того, кто их оказывает и при каких условиях. Есть несколько причин этой изменчивости. Во-первых, услуги такого рода оказываются и принимаются одновременно, что ограничивает возможность контролировать их качество. Временная неустойчивость спроса делает проблематичным сохранение качества обслуживания в периоды, когда спрос становится повышенным. Многое зависит от состояния оказывающего услугу в момент ее оказания. Один и тот же человек может прекрасно обслужить вас сегодня и плохо - завтра. Причины этого скверного обслуживания могут быть самые разные. Изменчивость и колебания в качестве услуги - главная причина недовольства, высказываемого клиентами в адрес индустрии гостеприимства.

Услуги в современных гостиницах делятся на основные и дополнительные. К основным услугам относятся проживание и питание. Дополнительные услуги делятся на платные и бесплатные.

К основным услугам относятся проживание и питание. Оформление проживающих в гостинице и убывающих из неё должно производиться круглосуточно. В организациях общественного питания, связи и бытового обслуживания, размещённых в гостинице лица, проживающие в гостинице, обслуживаются вне очереди.

Без дополнительной оплаты гостям могут быть предоставлены следующие виды услуг:

- вызов скорой помощи;

- пользование медицинской аптечкой;
- доставка в номер корреспонденции при её получении;
- побудка к определённому времени;
- предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.

Кроме обязательных и бесплатных услуг, гостиницы предоставляют целый комплекс всевозможных дополнительных услуг, которые оплачиваются отдельно. Перечень и качество предоставления платных дополнительных услуг должен соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории.

Характерной чертой всех видов гостиничного обслуживания, предоставляемых заведением, является следующее: постоялец гостиницы не имеет права собственности на товар или услугу, которыми пользуется, поэтому он оценивает качество работы отеля по совокупности впечатлений. Неотделимость производства от потребителя – это повышенная ответственность администрации гостиницы. Другими словами, если все виды обслуживания, кроме одного, устроили клиента – его мнение об отеле существенно занижается. Это не содействует созданию маркетинговой стратегии гостиничного предприятия, поэтому в организации гостиничного бизнеса основной упор делается на подборе высококвалифицированного персонала.

Расширение и внедрение новых опций производится на основе тестирования. Например, посетителям на выезде может предлагаться заполнить анкету, где они оставляют отзывы о качестве обслуживания, собственные мнения и пожелания по улучшению качества оказания услуг и предоставления обслуживания.

На непостоянство качества обслуживания влияют сезонные колебания спроса. В туристический сезон администрация отелей может задействовать дополнительный персонал, тем самым открыв новые возможности для гостей: массажные процедуры, продажа сувениров, пользование бизнес-

центром. Предоставлять полный список в любое время года малым отелям и гостиницам просто не выгодно, так как не будет окупаемости ввиду низкого спроса.

Необычные дополнения, вроде размещения животных, оговариваются заранее, до въезда в номер. В зависимости от престижа заведения набор опций может быть самым разнообразным. Заведения среднего класса обычно предоставляют бассейны, бизнес-центры, тренажерные залы, залы для проведения конференций и банкетов [9].

Прогресс не стоит на месте и влияет на все сферы жизни общества, включая стиль путешествий, их количество, скорость и прочие явления. В следствии этого предприятия, предоставляющие туристские и гостиничные услуги и продукты должны идти в ногу с запросами потенциальных клиентов. Простой пример, если в Средние века наличие электрической лампочки в номере гостиницы или постоялого двора было технически невозможным, так как она не была еще изобретена, то в XXI веке в ГОСТах по предоставлению услуг размещения гостиничными комплексами, чётко прописано, какое количество света на квадратный метр должно предоставлять гостиничное предприятие.

В качестве примера внедрения инновационного продукта на рынке можно привести всем известную компанию «Додо Пицца», открывшуюся в Сыктывкаре в 2011 году [8]. Первоначально основатели компании провели тщательный анализ рынка с целью выяснить, как войти на переполненный предложением рынок кафе и ресторанов быстрого питания. В ходе анализа выяснилось, что многие предприятия питания не профилируются на конкретной кухне, например, китайской, итальянской или французской. Также, был недостаток предприятий питания, которые бы профилировались на приготовлении конкретных блюд, например, пиццы или морепродуктах. Таким образом, не профилируясь на конкретных блюдах или кухне, на таких предприятиях страдало качество, так как все повара были универсальными. В такой ситуации сегмент рынка качественной пиццы, популярной во всём

мире в Сыктывкаре был свободен, при том, что тот же сегмент низкокачественной пиццы был переполнен и именно в данную нишу рынка создателями «Додо Пиццы» было принято решение войти.

Основа франшизы «Додо Пиццы» — облачная ERP-система «Додо ИС» (Dodo IS), которая организует рабочие процессы пиццерии, включая обработку заказов, работу кухни, доставку, управление штатом и маркетинг. Так с 2012 года, при том, что сама сеть открылась в 2011, в пиццериях были установлены камеры, которые позволяют клиентам наблюдать за процессом приготовления пиццы. Компания использует системы на основе нейронных сетей для определения настроения посетителей, отслеживания распределения гостей по времени и даже контроля качества пиццы по малозаметным особенностям теста.

Как правило, гостиничный продукт разрабатывается на основе многоуровневого маркетинга. Так как он представляет собой особую модель продвижения, которая позволяет доводить услугу до конечного потребителя.

Сервис – это обслуживание людей в самых разных сферах рутинной жизни, как, например, гостиничный сервис или любой другой. Сервисной же деятельностью называют деятельность, направленную на удовлетворение частных и массовых потребностей населения в различных отраслях повседневной жизни через создание материальных и духовных благ, способов коммуникации людей, преобразования общественных условий и отношений, развития самого индивидуума, его способностей, компетенций, познаний, принимающих для потребления особую форму потребительной стоимости - форму услуги.

Они бывают внутренние и внешние. К внешним относятся те, которые осуществляются наемным персоналом за пределами территории заведения:

1. Экскурсия по достопримечательностям;
2. Автомобильная стоянка вблизи отеля;
3. Аренда разных видов транспорта;
4. Индивидуальный или групповой трансфер.

Внутренние дополнительные опции вводятся владельцами заведений временного проживания для увеличения комфорта посетителей и выхода предприятия на более престижный уровень. К ним относятся:

1. Бар-ресторан;
2. Конференции, банкеты;
3. Косметические и оздоровительные процедуры;
4. Дискотеки; игровые залы, бильярдные залы.

Стремление завоевать богатых клиентов и положительные отзывы заставляет предпринимателей идти на самые разные усовершенствования своих предприятий. Список всевозможных дополнительных опций может быть очень широк, это необходимо для того, чтобы произвести впечатление организации на целевой сегмент и выйти вперед в конкурентной гонке.

1.3 Роль различных видов туризма в формировании услуг гостиницы

Ещё на этапе создания концепции отельеры должны понимать, кто будет у них проживать, так как для разных типов туристов необходим разный набор дополнительных услуг в отеле. Так, туризм бывает деловой, познавательный, религиозный, гастрономический и имеет ещё большое множество видов и все гостиница должна подстраиваться под выбранный ею сегмент потребителей.

Питание входит в список основных услуг гостиниц, а качество их кухни не уступает, а зачастую превосходит точки общественного питания в городах. Из этого можно извлечь немалую выгоду для гостиничного предприятия, если оно включится также и в нишевую борьбу за потребителя, который будет приносить прибыль, даже не живя в отеле. Однако, есть и более современный способ для гостиничного предприятия увеличить нагрузку на обе основные услуги, предоставляемые предприятием –

размещение и питание. Такую возможность даст ориентация на гастрономический туризм.

Гастрономический туризм — вид туризма, основная цель которого знакомство с той или иной страной через призму национальной гастрономии. Для гастрономического туриста еда — в первую очередь категория культуры. С такой позиции традиционная кухня воспринимается в связи с историей, религией, экономикой, политикой, обычаями, легендами и другими факторами, формирующими уникальную идентичность страны или региона [11].

По данным туроператора АЛЕАН, доля туристов, выбирающих гастрономические путешествия, составляет 10% от всех покупателей туров по России [10]. Гастрономический туризм — интересная ниша, в которой можно заработать на предоставлении средств размещения, питания, экскурсиях и мастер-классах.

В 2019 году сервис Momondo провёл среди своих пользователей интересный опрос на тему еды в путешествиях [12]. Согласно его результатам, около 42% россиян учитывают особенности местной кухни при выборе маршрута. При этом 52% опрошенных готовы не жалеть средства на еду во время поездки. 83% респондентов сказали, что в основном информацию о кафе, ресторанах и блюдах, которые необходимо попробовать, ищут в интернете. Поэтому ваш контент о гастрономических экскурсиях обязательно привлечёт внимание пользователей.

Всемирная туристская организация выделила гастрономический туризм в отдельное направление и ежегодно проводит форум на эту тему [13]. Всё больше путешественников хотят нетривиального погружения в культуру мест, которые они посещают. И главным проводником в этом служит как раз еда. Блюда, которые принято готовить в том или ином регионе, могут многое рассказать о его истории, традициях и обычаях.

Рост популярности внутреннего туризма на фоне пандемии и закрытых границ повлиял и на рост спроса на гастрономические туры. Развитие

направления поддерживает и государство. Например, три года назад был запущен федеральный проект «Гастрономическая карта России» [14].

Таким образом, можно сделать вывод, что активное развитие предприятий питания при гостинице, которые смогут привлекать гастрономических туристов и удерживать их в стенах гостиничного комплекса может стать важной вехой в продолжении формирования имиджа гостиницы, как места притяжения для туристов и горожан за счёт ориентированности на обе категории дополнительных услуг.

Так, ориентация на местных жителей нашла отклик и в словах руководства гостиничной цепи Accor. В одном из своих интервью газете «Ведомости» Себастьян Базен – президент AccorHotels рассказал, что миллионы местных жителей не путешествуют много, но, несмотря на это знают бренды Adagio, Mercure, Novotel, потому что они проходят мимо этих отелей каждый день. Однако, они никогда не заходят внутрь – потому что гостиничные номера им не нужны. Но в этих в отелях есть не только комнаты, но и кафе, рестораны, конференц-залы, фитнес-центры и многое другое, то есть, те самые основные и дополнительные услуги, которые могут использовать местные жители. По словам Себастьяна Базена, в этом квартале все знают своего булочника, парикмахера, аптекаря, а единственный человек, которого они не знают, – генеральный менеджер соседнего отеля, потому что его работа – обслуживать иногородних, поэтому складывается парадоксальная ситуация: отель находится в определенном квартале, но никак в жизни этого квартала не участвует. По этой причине, Поль Базен планирует сделать так, чтобы каждый генеральный менеджер каждого отеля установил контакт со всеми коммерсантами из своего квартала и предложил им свои услуги, ведь отель – это единственное общественное здание кроме больницы, открытое круглый год 24 часа 7 дней в неделю. Например, отцу понадобилось срочно уехать в командировку, а его взрослая дочь уже собралась к нему в гости из другого города - он может оставить ключи для нее в соседнем отеле Ibis [15].

Деловой туризм является одним из наиболее развитых и одним из наиболее перспективных в период пандемии коронавируса, когда передвижения между государствами в туристических целях в большинстве случаев закрыто или имеет под собой некоторые риски, то деловые или учебные визы выдаются чаще и с такими целями проще попасть в другое государство [18].

Деловой туризм - область индустрии туризма, обеспечивающая организацию и управление командировками или деловыми поездками сотрудников различных компаний.

Деловой туризм, как нам может показаться, появился не несколько лет назад – он существует с древних времён, ведь люди веками отправлялись в путешествия, связанные с родом их деятельности, прежде всего, торговлей. Со времён античности в Европе было лишь несколько периодов упадка в сфере делового туризма: Средневековье, пандемия чумы, мировые войны и, в наше время, пандемия коронавируса. В XX веке развитию делового туризма был дан более мощный импульс, чем за все предшествующие века.

С деловым туризмом неразрывно связано такое понятие, как MICE. MICE - от английских: Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions – это область индустрии делового туризма, связанная с организацией и проведением различных корпоративных мероприятий. Понятие MICE образуют четыре базовых направления: meetings - корпоративные встречи, презентации, переговоры и т. д., incentives - поощрительные или мотивационные туры и программы, тимбилдинги, обучение персонала, корпоративные праздники, conferences - конференции, конгрессы, съезды, форумы, семинары и т. д., exhibitions - выставки, имиджевые мероприятия, фестивали, благотворительные концерты, PR-события, пресс-туры и подобные мероприятия. Ключевыми игроками рынка являются специализированные MICE и event-агентства, конгресс-бюро, выставочные центры и различные площадки для проведения корпоративных мероприятий.

МІСЕ-мероприятия напрямую связаны с индустрией гостеприимства: на сегодняшний день все крупные отели располагают обширными возможностями для проведения переговоров, встреч, форумов, конференций, семинаров, тимбилдингов и многой подобной необходимой инфраструктурой. Информация о МІСЕ-возможностях, бизнес-залах, удобствах и услугах по сопровождению подобных мероприятий, как правило, доступна на веб-сайтах гостиниц, многие из которых дополнительно предлагают вниманию клиентов информационные брошюры и презентации. По версии RBT&MA 2015, лучшими МІСЕ-отелями в России в 2015 году стали:

1. Отель «Renaissance Москва Монарх» (в номинации «Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 5*»), лауреаты премии: «St.Regis Москва Никольская», «Балчуг Kempinski Москва»);
2. Отель «Holiday Inn Москва Лесная» («Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 4*»); лауреаты: «Holiday Inn Москва Сущевский», Best Western Plus Vega Hotel & Convention Center);
3. Гостиница «Коринтия Санкт-Петербург» («Лучшая конгрессная гостиница Санкт-Петербурга»), лауреаты Original Sokos Olympia Garden, Crowne Plaza St.Petersburg Airport)
4. Отель «Имеретинский» (Сочи) («Лучшая региональная конгрессная гостиница»), лауреаты: гостиничный комплекс «ГРИНН» (Орел), АМАКС Конгресс-отель (Ростов-на-Дону), HELIOPARK Thalasso (Московская область), «Гранд Отель Поляна» (Красная Поляна);
5. Accor Hotels («Лучшая гостиничная сеть для деловых мероприятий»), лауреаты: АМАКС Hotels & Resorts, Marriott Hotels & Resorts).

Также была введена номинация «Лучшая зарубежная гостиница для российских МІСЕ-мероприятий», победителем в которой стала «Renaissance Минск» (Минск, Белоруссия), лауреатами — Port Nature Luxury Resort & Spa (Белек, Турция), Royal Cliff Hotels Group (Паттайя, Таиланд) [19].

Таким образом, концентрация на деловых туристах в период пандемии является приоритетной задачей для извлечения максимально возможной прибыли. Это важно в контексте того, что отель отелей «Novotel Красноярск Центр» позиционирует себя как поставщик услуг делового туризма.

1.4 История развития ассортимента дополнительных услуг в Novotel в России и мире

Novotel - это гостиничный бренд верхнего среднего класса, принадлежащий группе Accor. Бренд Novotel, основанный в 1967 году, располагается в центрах городов, деловых районах и местах отдыха. Бренд также предлагает услуги Novotel Suites, отель с частными апартаментами. По состоянию на конец декабря 2018 года у Novotel имеется более 492 отелей в 59 странах мира.

История всей сети Accor началась с создания Novotel. Так, в 1967 году, по убеждению Бернардо Трухильо, Поль Дубрюль и Жерар Пелиссон применили американскую модель Holiday Inn, чтобы открыть первый отель Novotel в городе Лилль. Этот первый отель представлял собой мотель с 92 номерами, расположенный в аэропорту Лилль-Лескен и названный «полностью электрическим мотелем». В отеле были некоторые удобства, например такие как, кондиционеры, телевизоры в номерах и гриль-ресторан. Название «мотель» для заведений Novotel происходит от бесплатных парковок, которые бренд систематически интегрировал в свои заведения – эта стратегия, также принятая в то время крупными розничными торговцами, в своё время, стала новинкой для французского рынка. С момента основания бренд Novotel на наличие предложения кейтеринга в отеле, чтобы дифференцировать свое предложение.

Годом позже, в 1968 году в городе Кольмар в регионе Эльзас во Франции открылся второй отель Novotel, а также были начаты работы по строительству третьего отеля Novotel в городе Мариньян.

В январе 1970 года была создана группа Novotel (Novotel Holding SA) с бюджетом в 5 миллионов франков для развития Novotel за пределами Франции. В 1972 году Novotel открыл свой первый отель в Швейцарии в городе Невшатель. В 1975 году у Novotel было 60 отелей во Франции и 13 в Европе, в том числе 6 в Польше. Далее группа Novotel развивается экстенсивными методами, поглощая отели Mercure.

За пределы европейского континента Novotel выходит в 1977 году, обосновываясь в Бразилии. Свой сотый отель в 1978 году и в том же году обосновалась в Абу-Даби. В 1980 году группа Novotel приобретает отели Sofitel. В 1981 году Novotel приобрела здание Broadway Block Building в Нью-Йорке, где сеть уже управляла отелем Roosevelt на Мэдисон-авеню, и обосновалась в Сингапуре. В 1981 году группа Novotel уже насчитывала 319 отелей и входила в десятку лучших гостиничных групп мира.

В 1983 году произошло слияние групп Novotel-SIEN и Jacques Borel International. Новое предприятие приняло фирменное наименование Accor. С тех пор бренд Novotel снова стал 100% гостиничной сетью, и теперь групповая деятельность сосредоточена в Accor.

Штаб-квартира гостиничной группы «Accor» располагается в Париже.

В 1992 году был открыт первый отель в России — «Новотель Москва, аэропорт Шереметьево» (англ. Novotel Moscow Sheremetyevo Airport). В июне 2012 года гостиница отметила своё двадцатилетие. На 2017 год сеть в России насчитывает десять гостиниц:

1. Новотель Москва, аэропорт Шереметьево
2. Новотель Москва Киевская
3. Новотель Красная Поляна Сочи Резорт
4. Новотель Москва Центр
5. Новотель Москва Сити
6. Новотель Санкт-Петербург Центр
7. Новотель Екатеринбург Центр
8. Новотель Архангельск

9. Новотель Красноярск Центр

10. Новотель Екатеринбург

Идентификационный номер в торговом реестре Франции: RCS NANTERRE B 602 036 444. Регистрационный номер НДС FR 93 602 036 444. Компания зарегистрирована в реестре агентств путешествий и туристических операторов под номером №IM091100035. Гарант: WHITE ROCK INSURANCE PCC Limited - Suite 913 Europort - GX11 1AA GIBRALTAR. Страховщик: ALLIANZ GLOBAL CORPORATE & SPECIALITY - Tour Opus - 77 Esplanade du Général de Gaulle - 92081 Paris La Défense. Организационно-правовая форма организации – ОАО.

Таблица 1 – Состав акционерного общества AccorHotels

Владельцы	Количество акций во владении (%)
Jinjiang International	12,3
Qatar Investment Authority	10,2
Kingdom Holding Co. (Investment Management)	5,68
Harris Associates	4,03
Franklin Mutual Advisers	3,61
Capital Research & Management Co. (World Investors)	2,94
The Vanguard Group, Inc.	1,93
Norges Bank Investment Management	1,23
Teachers Advisors	1,19
TIAA-CREF Investment Management	1,13

Данные в таблице 1 представлены по состоянию на 26 апреля 2019 года [5].

«Асгор» – пятая в мире по величине гостиничная группа, лидер на европейском рынке отелей [4]. «AccorHotels» имеет в собственности и в управлении 4586 отелей в 109 странах с общим номерным фондом 660599 номеров. К примеру, это сеть пятизвездочных отелей «Sofitel», которые

расположены в крупнейших городах мира. Отели средней ценовой категории «Novotel» и «Mercure», расположенные в Европе и Азии. Бюджетные однозвёздочные и двухзвёздочные отели брендов «Formule 1», «Ibis», расположенные также в Европе. Помимо гостиниц, «Accor» управляет несколькими сетями ресторанов, а также казино и туристическими компаниями.

Группа Accor объединяет более 5000 отелей и 10 000 ресторанов, кафе и баров в 110 странах мира [3].

Группа обладает одной из самых разнообразных и полностью интегрированных экосистем гостеприимства, включающей в себя роскошные и премиальные бренды, средне-ценовые и бюджетные предложения, уникальные Life Style концепции, развлекательные и ночные заведения, рестораны и бары, брендированные частные резиденции, апартаменты, услуги консьержей, коворкинги и многое другое. Accor также может похвастаться непревзойденным портфолио выдающихся брендов и примерно 300 000 сотрудников по всему миру. Более 65 миллионов человек пользуются преимуществами комплексной программы лояльности ALL - Accor Live Limitless, которая ежедневно предоставляет доступ к разнообразным вознаграждениям и услугам.

Таблица 2 – Руководство гостиничной группы «AccorHotels»

Руководство	
Председатель и главный исполнительный директор	Себастьян Базен
Заместитель генерального директора и операционный директор	Крис Кахилл
Главный финансовый директор	Жан Жак Моран
Директор по персоналу и корпоративной культуре	Стивен Дэнс
Директор по технологиям	Фло Бликер
Директор по стратегии	Фабрис Карр

Окончание таблицы 2

Руководство	
Коммерческий директор Группы, ответственный за продажи, маркетинг, дистрибуцию и лояльность	Патрик Мендес

Гостиничный бренд «Ассор» за 45 лет своего существования со дня учреждения первого отеля и даты основания самой гостиничной сети прошел огромный путь к статусу одного из десяти крупнейших гостиничных операторов мира. Основатели компании «Ассор» – французы Жерар Пелиссон и Поль Дюбруль.

По данным Всемирной Туристической Организации, «AccorHotels» входит в 10 самых крупных гостиничных сетей. По данным Forbes, «AccorHotels» занимает 3 место среди крупнейших международных сетей в России. Группа «AccorHotels» присутствует в России с 1992 года и управляет 45 гостиницами. Отели расположены в 23 городах России. В Москве и Московской области «AccorHotels» управляет 18 отелями. Общее количество номеров в Москве и Московской области - более 3500. В настоящий момент «AccorHotels» занимает первое место среди международных гостиничных операторов, присутствующих в регионе, по количеству управляемых отелей.

Таким образом, можно сделать вывод, что история бренда Novotel прошла уже более чем полувековую историю и, конечно, ассортимент предоставляемых отелями дополнительных услуг изменялся на протяжении исторического развития.

Раздел 2 – «Изъято», Раздел 3 – «Изъято», Заключение «Изъято», Список использованных источников – «Изъято», Приложения А-Д – «Изъято»


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

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра гостиничного дела

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 М. Д. Батраев
подпись инициалы, фамилия
« 25 » 06 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.03 Гостиничное дело
код и наименование направления подготовки

43.03.03.02.01 Ресторанное дело
код и наименование профиля подготовки

Разработка мероприятий по расширению дополнительных услуг на примере
отеля «Novotel Красноярск Центр»

тема


Руководитель


подпись, дата

доцент, канд.техн. наук
должность, ученая степень

О. М. Сергачева
инициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата

ТТ17-02БПГР
группа

Н. А. Назаров
инициалы, фамилия

Нормоконтролер


подпись, дата

О. М. Сергачева
инициалы, фамилия

Красноярск 2021