

Министерство науки и высшего образования РФ
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
« _____ » _____ 2022 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 ассортимента предоставляемых
услуг в гостинице «На Мартемьянова» г. Кемерово

тема

Руководитель _____ доцент, канд.биол.наук И. В. Изосимова
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ А. С. Решетникова
подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролер _____ И. В. Изосимова
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2022

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)

« ____ » _____ 2022 г.

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

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

Студенту (ке)

Решетниковой Алине Сергеевне

(фамилия, имя, отчество студента(ки))

Группа ТТ18-02БПГР

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 ассортимента предоставляемых услуг в гостинице «На Мартемьянова» г. Кемерово

Утверждена приказом по университету № 4548/ с от 23.03.2022 г.

Руководитель ВКР

И. В. Изосимова, канд.биол.наук, доцент, доцент кафедры гостиничного дела ИТиСУ

(инициалы, фамилия, должность и место работы)

Исходные данные для ВКР Данные о гостинице «На Мартемьянова» г. Кемерово (на основании практически собранного материала и источников сети Интернет)

Перечень разделов ВКР

1 Теоретические основы предоставления услуг в гостиницах и иных средствах размещения

2 Анализ ассортимента предоставляемых услуг в гостинице «На Мартемьянова»

3 Разработка мероприятий по расширению ассортимента предоставляемых услуг в гостинице «На Мартемьянова»

Перечень графического или иллюстративного материала: графический материал отсутствует

Руководитель ВКР

(подпись)

И. В. Изосимова

(инициалы и фамилия)

Задание принял к исполнению

А.С. Решетникова
подпись, инициалы и фамилия студента(ки))

« 06 » апреля 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Теоретические основы предоставления услуг в гостиницах и иных средствах размещения.....	6
1.1 Подходы к определению понятия «услуга».....	6
1.2 Классификация услуг гостиничного предприятия	9
1.3 Основные характеристики и особенности услуг гостиничного предприятия.....	16
2 Анализ ассортимента предоставляемых услуг в гостинице «На Мартемьянова».....	24
2.1 Общая характеристика гостиницы «На Мартемьянова».....	24
2.2 Анализ ассортимента предоставляемых услуг в гостинице «На Мартемьянова».....	28
2.3 Сегментация потребителей услуг гостиницы «На Мартемьянова».....	32
2.4 Анализ удовлетворенности потребителей ассортиментом и качеством предоставляемых услуг в гостинице «На Мартемьянова»	37
3 Разработка мероприятий по расширению ассортимента предоставляемых услуг в гостинице «На Мартемьянова»	44
3.1 Разработка мероприятий по расширению ассортимента предоставляемых услуг.....	44
3.2 Экономическая эффективность мероприятий по расширению ассортимента предоставляемых услуг	46
Заключение	58
Список использованных источников	60
Приложение А Анкета удовлетворенности посетителей ассортиментом и качеством предоставляемых услуг.....	65

ВВЕДЕНИЕ

Гостеприимство в настоящее время превратилось в одну из сильнейших индустрий человеческого общества, которая объединяет различные сферы деятельности, где работают профессионалы, создавая уют и комфорт для людей.

Гостиничная индустрия основывается на предоставлении своим потребителям услуг по размещению и организации преимущественно краткосрочного проживания в гостиницах, хостелах, мотелях и т. д.

Основная цель гостиничной индустрии заключается в превышении доходов над затратами, то есть получении большей прибыли. Достижение данной цели возможно при условии производства необходимых и предпочитаемых потребителями услуг, пользующихся спросом.

Гостиничные предприятия являются важным источником социально-культурного обслуживания населения. Весь спектр услуг различных средств размещения направлен на удовлетворение клиентов. Гостиницы играют важную роль в жизни людей, предоставляя возможности для проведения деловых встреч, совещаний и конференций, а также для отдыха и развлечений.

В связи с развивающимся туризмом и растущими потребностями потребителей на сегодняшний день гостиницы все больше стремятся повышать уровень обслуживания, предлагая новые услуги или совершенствуя уже имеющиеся.

Система дополнительных услуг в гостиницах в настоящее время играет очень важную роль в формировании положительного имиджа в глазах посетителей. Тот набор услуг, который предлагает гостиничное предприятие, иногда бывает более важным фактором для гостя при выборе средства размещения, чем, например, размер номера или местоположение самой гостиницы.

На сегодняшний день люди больше стали осознавать ценность своего

времени, и комплексность услуг стала не только предпочтительным фактором гостиничного сервиса, но и необходимым условием.

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время, в связи с быстрыми темпами развития индустрии гостеприимства и открытием все большего количества новых средств размещения, одним из главных условий успешной деятельности гостиничного предприятия является совершенствование ассортимента предоставляемых услуг. Именно поэтому важно уметь его анализировать и адаптировать к тому сегменту потребителей, на который ориентировано предприятие.

Целью бакалаврской работы является разработка мероприятий по расширению ассортимента предоставляемых услуг в гостинице «На Мартемьянова» г. Кемерово.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические основы предоставления услуг в гостиницах и иных средствах размещения;
- дать характеристику деятельности гостиницы «На Мартемьянова»;
- провести анализ ассортимента предоставляемых услуг гостиницы «На Мартемьянова»;
- провести анализ потребителей услуг гостиницы «На Мартемьянова»;
- проанализировать удовлетворенность посетителей гостиницы «На Мартемьянова» ассортиментом и качеством предоставляемых услуг;
- разработать мероприятия по расширению ассортимента предоставляемых услуг гостиницы «На Мартемьянова»;
- рассчитать экономическую эффективность предлагаемых мероприятий.

Объектом исследования является гостиница «На Мартемьянова».

Предмет исследования – ассортимент услуг, предоставляемый гостиничным предприятием «На Мартемьянова».

Бакалаврская работа выполнена на основе информации, полученной из

учебной и научной литературы отечественных и зарубежных авторов, а также сети Internet и материалов, полученных в гостинице.

Сбор информации в проведенном анализе удовлетворенности посетителей гостиничного предприятия ассортиментом и качеством предоставляемых услуг произведен методом анкетирования.

Структура бакалаврской работы включает в себя введение, три главы, заключение по проведённому исследованию, список использованных источников и приложение.

Общий объем работы – 70 страниц. Бакалаврская работа содержит 13 таблиц, 14 рисунков и 1 приложение. Список литературы включает в себя 39 источников.

1 Теоретические основы предоставления услуг в гостиницах и иных средствах размещения

1.1 Подходы к определению понятия «услуга»

Предоставляемые услуги гостиничных предприятий играют особо важную роль в формировании положительного имиджа в глазах потенциальных потребителей. Зачастую, набор предлагаемых услуг является более значимым аспектом для гостя при выборе гостиницы, нежели размер номера. Посетители гостиниц и иных средств размещения осознают ценность времени, поэтому и комплексность услуг стала не только предпочтительным фактором гостиничного сервиса, но и его необходимым условием.

Считается, что впервые термин «услуга» в научный оборот был введен французским экономистом Жан-Батистом Сэй в 1803 году в работе «Трактат по политической экономии», а позже другой французский экономист Фредерик Бастиа, опираясь на «теорию услуг» Сэя, уделял внимание личным услугам и их роли в интересах людей. Под услугой он понимал не только реальную затрату труда в процессе производства, но и любое усилие, которое прилагается кем-либо или от которого будет освобожден тот, кто пользуется этой услугой [33].

Проблемы услуг и услуговой деятельности рассматривали К. Маркс и А. Живан. К. Маркс выделял понятие «услуга» в широком и узком смысле. В широком смысле данное понятие основано на том, что результаты труда, предназначенные не для собственного потребления, выступают в различных формах и удовлетворяют различные потребности других людей, предприятий, государства, оказывая тем самым им услугу.

В узком смысле «услуга» представляет собой особую потребительскую стоимость, так как она полезна как деятельность [6].

Для более полного изучения гостиничных услуг необходимо ознакомиться с различными подходами к определению этого понятия, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Подходы к определению понятия «услуга»

Определение термина «услуга»	Автор определения
Услуга – результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг	ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения»
Услуга – любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой; неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо	Ф. Котлер
Услуга – действие, приносящее пользу, помощь другому	Толковый словарь С.И. Ожегова
Услуги – это неосязаемые блага, которые приобретаются потребителями, но не связаны с собственностью	Г. Ассэль
Услуга – это трудовая целесообразная деятельность, результаты которой выражаются в полезном эффекте, удовлетворяющем какие-либо потребности отдельного человека или общества в целом	В. И. Ширай
Услуга – это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.	А. В. Сорокина
Услуги – это целесообразная деятельность человека, результат которой имеет полезный эффект, удовлетворяющий какие-либо потребности человека	А. И. Добрынин, Г. П. Журавлева
Услуги могут быть определены как экономический вид деятельности. Услуги – это действия, дела или выполнение работ; они неосязаемы	Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р.
Услуга является результатом, по меньшей мере, одного действия, обязательно осуществленного при взаимодействии поставщика и потребителя, и, как правило, нематериальна	«ГОСТ ISO 9000-2011. Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»
Услуга – процесс, состоящий из серии неосязаемых действий, которые при необходимости вникать между потребителем и обслуживающим персоналом, физическими ресурсами, системой предприятия - поставщика услуг	К. Гренроос

Исходя из определений различных авторов, услуга понимается как деятельность человека, происходящая при взаимодействии клиента и обслуживающего персонала, имеющая полезный эффект и удовлетворяющая потребности клиента [7].

Согласно экономической точке зрения, услуга рассматривается как экономический вид деятельности; продукт деятельности; результат деятельности; неосязаемое действие; выгода; работа, выполненная на заказ; трудовая целесообразная деятельность [3].

Социологическая теория характеризует услугу как социальное действие; действие, приносящее пользу; процесс изменения состояния человека или предмета; помощь другому человеку; социальное благо.

Непосредственно под гостиничной услугой понимается совокупность действий персонала гостиницы по предоставлению гостям, которые находятся за пределами собственного места жительства, комфортных условий для длительного или кратковременного проживания, возможности проведения досуга, питания и других услуг в сочетании с высоким качеством обслуживания, основанным на индивидуальном подходе [37].

На сегодняшний день отсутствует однозначное толкование понятия «услуга». Одна из основных причин заключается в том, что действия, называемые услугами, многочисленны и разнообразны, так же, как и объекты, на которые направлены данные действия. Исследователь услуг имеет дело с гибким объектом, границы которого меняются в зависимости от желаний поставщика и/или потребителя услуги [33].

Таким образом, большинство авторов указывают на то, что услуга является определенным действием, которое имеет полезный эффект для другого лица или лиц.

Приобретая услугу, потребитель получает не рабочую силу, как способность к труду, а полезное действие конкретного труда, его способность удовлетворить определенные личные потребности человека [32].

Изучив подходы различных авторов к трактовке понятия «услуга», можно сделать вывод, что большинство определений взаимосвязаны, а различие их состоит в том, что авторы акцентируют особое внимание либо на процессе предоставления услуги, либо же на ее результате.

1.2 Классификация услуг гостиничного предприятия

Для классификации гостиничных услуг используются различные критерии, каждый из которых характеризует услуги с какой-то одной стороны, а также дает полное представление о разнообразии и особенностях услуг.

По функциональному назначению гостиничные услуги можно разделить на материальные и социально-культурные [16].

Материальная услуга – это услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя. Такая услуга способствует восстановлению, изменению или сохранению потребительских свойств изделий или обеспечивает изготовление новых изделий по заказам людей. В частности, к данным услугам могут быть отнесены различные услуги бытового характера, связанные с ремонтом и изготовлением изделий, жилищно-коммунальные услуги, в число которых входит и гостиничный сервис, услуги общественного питания, транспорта и т. д.

Социально-культурная услуга – это услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей населения, а также поддержание нормальной жизнедеятельности человека [20].

Такая услуга направлена на поддержание и восстановление здоровья потребителя, его духовное и физическое развитие, повышение профессионального мастерства. К социально-культурным услугам, как правило, относят медицинские услуги, услуги в области культуры, туризма, образования и т.д.

Гостиница – это предприятие, предоставляющее людям, находящимся вне дома, комплекс услуг, важнейшими среди которых в равной степени являются услуги размещения и питания [2].

Сущность предоставления услуги размещения состоит в том, что, с одной стороны, в пользование посетителей предоставляются специальные помещения, называемые гостиничными номерами, с другой стороны,

предоставляются услуги, которые выполняются непосредственно персоналом гостиницы [1].

Гостиничные номера являются основным элементом услуги размещения. Это многофункциональные помещения, которые предназначены для отдыха, сна, работы посетителей. Важнейшей их функцией является обеспечение возможности сна. Значимость других функций гостиничных номеров, прежде всего, зависит от назначения гостиницы и потребностей ее гостей.

Основной функцией гостиничного предприятия является предоставление ночлега людям, которые находятся вдали от дома, и спальные места – это наиболее характерная продукция гостиницы.

Продажа номеров неизменно является наиболее прибыльным источником дохода гостиниц, который приносит самый высокий уровень прибыли и вносит основную долю дохода от операций гостиницы [14].

Помимо непосредственно услуг гостиничного хозяйства гостиницы могут осуществлять и другие виды экономической деятельности, основным из которых является общественное питание. Практически при каждом средстве размещения есть предприятие питания, где постояльцы могут удовлетворить свои потребности в еде [18]. Точка питания при гостинице может быть отдельным предприятием, а может представлять собой одно из подразделений гостиничного комплекса.

Так, для гостиниц первого класса и класса «Люкс», услуги по предоставлению питания являются неотъемлемым элементом обслуживания. В то время как гостиницы экономического класса могут не предоставлять услуги данного вида, поэтому гостям средства размещения приходится питаться в рядом расположенных предприятиях общественного питания.

В соответствии с обеспечением питанием в средстве размещения выделяют следующие гостиничные предприятия [31]:

– гостиницы, работающие по системе «Все включено» (размещение + четырехразовое питание с включением алкогольных напитков в зависимости

от специфики гостиницы и ее стоимостной ценности);

- гостиницы, обеспечивающие полный пансион (размещение + трехразовое питание);

- гостиницы, обеспечивающие полупансион (размещение + двухразовое питание (завтрак – обед или завтрак – ужин));

- гостиницы, предлагающие размещение и только завтрак;

- гостиницы, предлагающие размещение без завтрака.

В настоящее время гостиничные предприятия и иные средства размещения предоставляют своим гостям не только услуги размещения, но и широкий ассортимент услуг, который может включать услуги питания, спорта, досуговые услуги, услуги бизнес-центра и т. д. Именно поэтому гостиничные услуги не только становятся неотъемлемой частью сферы услуг гостеприимства, но и важным элементом качества и рекреации человека [30].

Комплекс гостиничных услуг предприятия способен сделать пребывание гостя в нем достаточно комфортным.

Предоставление гостиничных услуг допускается только при наличии свидетельства о присвоении гостинице соответствующей категории, предусмотренной системой классификации гостиниц и иных средств размещения [25].

Помимо этого, гостиничные услуги могут подразделяться на следующие [38]:

- основные – предназначены непосредственно для приезжающих в гостиницу, включают проживание и питание;

- сопутствующие – предназначены для того, чтобы использовать основную услугу. К сопутствующим услугам относятся услуги специальных видов связи, предоставление индивидуальных сейфов и др.;

- дополнительные – услуги, которые придают основной услуге дополнительную выгоду [23].

В зависимости от категории гостинцы услуги можно разделить на обязательные и дополнительные с дальнейшим их подразделением, которое представлено на рисунке 1.

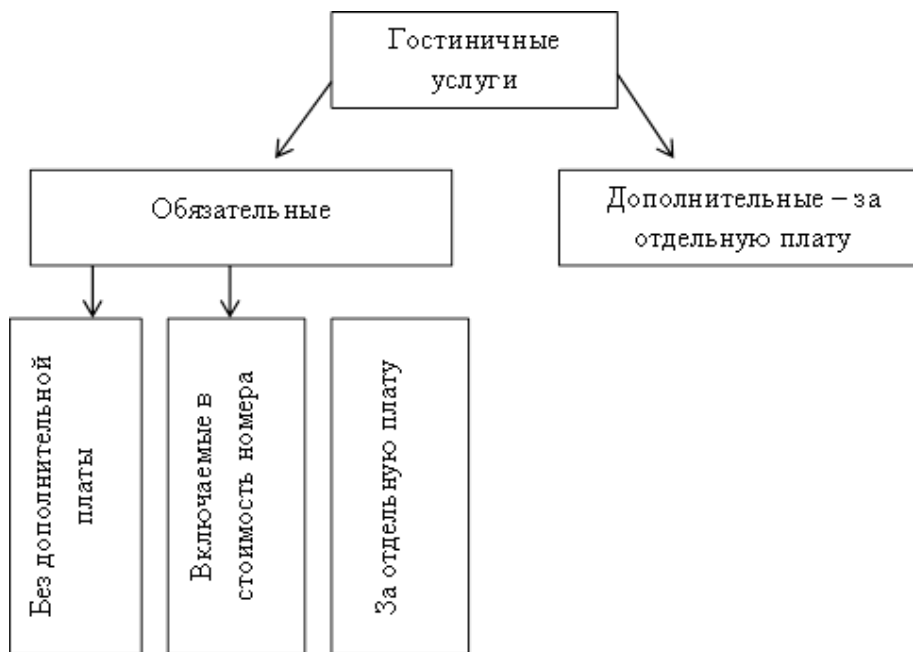


Рисунок 1 – Классификация гостиничных услуг

В имеющейся литературе нет однозначного и единого мнения по поводу того, какие виды услуг относятся к основным. Согласно Постановлению Правительства РФ «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации», к основным услугам относятся услуги проживания и питания [25]. Несмотря на это, существует мнение, что основная услуга гостиницы – это предоставление жилого помещения для временного проживания, а услуги питания являются дополнительными [39].

Обязательные услуги большей своей частью относятся к основным и частично – к сопутствующим. К обязательным услугам без дополнительной платы относят: вызов скорой помощи, пользование медицинской аптечкой, доставка в номер корреспонденции, побудка гостей к определенному времени, предоставление кипятка и т. д.

Услуги, включаемые в стоимость номера: различные способы оплаты,

безопасность, уборка номера, правильная информация в службе портье, услуги носильщика, хранение багажа.

Обязательные услуги за отдельную плату: прачечная; телефон; доступ в Интернет и т.д.

Все остальные виды обязательных услуг гостиницы прописываются во внутреннем документе – Порядке проживания в гостинице, в основе которого лежит Положение о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения [24].

Администрация не может выбрать меньший перечень услуг, чем тот, который положен ей согласно категории. Следовательно, одна и та же услуга в гостинице более высокой категории может быть обязательной, а в отеле категорией ниже может предоставляться за отдельную плату.

Особая категория – это дополнительные услуги, которые предоставляются за отдельную плату. В Порядке проживания в гостинице должен указываться перечень услуг, выходящих за рамки обязательных услуг, предоставляемых гостиницей [12].

Дополнительными услугами являются те, которые придают основной услуге дополнительную выгоду и помогают отличить данную услугу от конкурирующих с ней [35]. Такие услуги имеют довольно широкий спектр и могут занимать до 50% от дохода предприятия.

Дополнительные услуги обладают определенными функциями:

1. Функция облегчения пребывания людей в гостинице:
 - информационные (выход в Интернет, почтовые, телеграфные услуги, информационные материалы и т. д.);
 - коммунально-бытовые (услуги прачечной, химчистки);
 - услуги автотранспорта (трансфер, заказ такси);
 - продажа товаров (сувенирной продукции и т. д.).
2. Функция повышения уровня комфорта:
 - установка дополнительного оборудования (проекторы, мобильные, микрофоны и т. д.);

- организация бассейна;
- проведение медицинских, косметологических процедур и т. д.

3. Функция удовлетворения особых, специфических требований гостей:

- организация личных экскурсий;
- предоставление техники;
- животное в номер и т. д.;
- детское обслуживание.

4. Функция обогащения познания людей о территории:

- экскурсии;
- посещение национальных праздников и т. д. [15].

Дополнительные услуги, предоставляемые бесплатно: консьерж, обмен валюты, оборудование для инвалидов, фен и т. д.

Дополнительные услуги, которые предоставляются за отдельную плату: ресторан, магазины, гараж, фитнес-клуб, банкетные залы, конференц-залы, салон красоты, мини-бар, обслуживание в номере, платное телевидение и т. д.

Новые дополнительные услуги можно разделить на три типа:

1. имитация – услуги, являющиеся новыми для данной гостиницы, но не для рынка;
2. видоизмененные – обновленные уже существующие услуги;
3. подлинные новинки – уникальные услуги, которых еще нет на рынке, но в которых он действительно испытывает потребность [10].

В зависимости от субъекта сервисной деятельности услуги разделяют на квалифицированные и неквалифицированные. Данный критерий оказывает существенное влияние на качество предоставляемых гостиничным предприятием услуг и, как следствие, на его репутацию в целом. Внедрение непрофессиональных дополнительных услуг нередко может принести гостинице больше вреда, который проявляется в форме недовольства, неодобрения со стороны посетителей, нежели пользы. Именно поэтому

большинство средств размещения стремится к повышению квалифицированности труда своего персонала.

По форме организации предоставления услуг в гостиничном предприятии выделяют следующие услуги:

1. услуги, которые предоставляются непосредственно гостиницей или туристическим комплексом;
2. услуги предприятий, арендующих помещения и площади в средстве размещения;
3. услуги предприятий, предоставляемых ими на основании договора, заключенного с гостиницей.

Услуги, предоставляемые гостиничным предприятием напрямую, включают такие, которые предоставляются на основе самообслуживания, автоматике, собственно работниками отеля и предприятиями, входящими в состав гостиничного комплекса.

Как правило, услуги на основе самообслуживания характерны для отелей средней категории и концентрируются в специальном помещении – комнате самообслуживания, которая организуется на каждом этаже или одна на 2-3 этажа. Такая комната оборудуется доской для глажки, вешалкой с плечиками, зеркалом, раковиной с горячей и холодной водой и т. д.

Типичными предприятиями размещения, в которых значительное большинство услуг предоставляется на основе самообслуживания, являются кемпинги.

Зачастую в гостиничные предприятия внедряют услуги, которые предоставляются на основе автоматизации:

- автоматы для продажи газет, напитков и кондитерских изделий, для приготовления кофе, чая и других напитков;
- автоматизированные камеры хранения;
- автоматическая чистка обуви;
- автоматизированная система побудки гостя;
- автоматические утюги и гладильные доски и др.

Заинтересованность производителей услуг и их настрой на успех зачастую являются решающим фактором в продвижении той или иной услуги.

Рассмотрев различные критерии классификации гостиничных услуг, можно сделать вывод, что одна и та же услуга может быть классифицирована по различным признакам.

1.3 Основные характеристики и особенности услуг гостиничного предприятия

Все услуги обладают следующими фундаментальными характеристиками [11]:

1. Неосвязаемость:

- отсутствие товара;
- услуга является действием или опытом;
- приобретение услуг связано с риском для клиента, так как услугу нельзя продемонстрировать.

2. Неотделимость предоставления услуг от потребителя (потребители участвуют в процессе предоставления услуг).

3. Несохраняемость (услуги нельзя хранить, отсутствуют товарные запасы).

4. Отсутствие права собственности на услуги (клиенты не могут владеть услугой – обслуживание аналогично аренде).

Особенность гостиничного бизнеса заключается в характеристиках самих услуг и особенностях потребительского рынка. Следует выделить важнейшие специфические черты гостиничных услуг [17].

1. Срочный характер гостиничных услуг.

Важным фактором для людей при выборе средства размещения вместе с местоположением является и скорость обслуживания [13].

Время, необходимое для предоставления некоторых гостиничных

услуг, измеряется даже в секундах;

2. Широкое участие сотрудников в производственном процессе.

Одной из черт, присущих гостиничным услугам, является широкое участие персонала, обладающего всеми необходимыми знаниями, в производственном процессе. Именно поэтому разрабатываются и постоянно совершенствуются стандарты обслуживания клиентов, которые гарантируют высокий уровень качества всех предоставляемых услуг.

Стандарты определяют критерии оценки уровня обслуживания клиентов и деятельности персонала любого отдела гостиничного бизнеса. Данные критерии включают в себя: время регистрации и административные формальности на стойке регистрации; время ответа на вызов относительно получения информации или бронирования; время, отведенное на предоставление определенной услуги; внешний вид персонала и наличие форменной одежды; знание иностранных языков.

3. Сезонный спрос на гостиничные услуги.

Данный фактор влияет на уровень загрузки гостиницы и, соответственно, на ее прибыль. Спрос на гостиничные услуги зависит от сезона, дня недели, специализации средства размещения и его местоположения.

Чтобы получить потенциальный доход услуга должна быть оказана в точно зафиксированное время и пространство. Услуги невозможно складировать, они рассчитаны на удовлетворения реальных потребностей гостей, имеющих в данный момент.

5. Взаимозависимость гостиничных услуг и назначения.

Решение человека поехать в какое-либо конкретное место зависит не от наличия гостиницы в этом месте, а от цели его путешествия, будь то отдых, работа, лечение, спорт или что-то иное. Потенциальный гость сначала выбирает пункт назначения – страну, регион, город и только потом выбирает подходящее жилье;

6. Особенность гостиничного сервиса определяется особенностями и технологиями обслуживания гостей.

Технологический процесс предоставления гостиничных услуг включает в себя: встречу гостей в холле гостиницы, их регистрацию, оформление документов, обслуживание номеров, кейтеринг, культурные запросы, выезд и т. д. Все эти элементы формируют у гостя либо чувство удовлетворения, либо чувство разочарования.

7. Неодновременность и одновременность процессов производства и потребления гостиничных услуг.

В отношении предоставляемого в гостинице комплекса услуг не в полной степени действует такая общая для услуг характеристика, как одновременность, неразрывный характер процессов производства и потребления.

Отдельные гостиничные услуги не связаны с присутствием клиента. Например, это касается уборки и подготовки номера к продаже. Данные процессы не совпадают по месту и времени с моментом продажи номера и непосредственным заселением гостя.

Неодновременность характеризует и услуги питания: в большинстве случаев приготовление блюд проходит в ином месте и в иное время, отличное от процессов сервировки и подачи.

8. Неосвязаемость.

В отличие от материальных товаров услуги невозможно попробовать, пощупать или оценить на вкус, нельзя увидеть или услышать до момента их непосредственного оказания.

К особенно важным характеристикам услуги, обеспечивающим ее способность удовлетворять определенные потребности, относятся [5]:

Надежность.

Определяется, как способность персонала в точности предоставить необходимую услугу. С обеспечения надежности начинается разработка программы качественного сервиса. Основанием для надежности является

компетентность и профессионализм персонала.

Предупредительность.

Решимость помочь клиенту и своевременно оказать услугу. Если во время обслуживания возникают определенные внештатные ситуации или же у посетителей появляются особые желания, то в подобных случаях оценивается способность предприятия найти неординарное и эффективное решение. В гостиничных предприятиях всегда возникали такие ситуации, поэтому необходимо заранее спланировать варианты устранения подобных проблем [34].

В данных ситуациях особенно важна качественная работа персонала гостиницы, который должен незамедлительно реагировать на возникающие проблемы в соответствии с принципами конкретного предприятия в работе с требовательными клиентами.

Доверительность.

Умение персонала вызывать доверие. Для создания доверительности важно концентрировать внимание на внешних признаках, которым потребители доверяют в большей степени, как правило, это хорошо организованный интерьер гостиничного холла, номеров, ресторана, чистота помещений и опрятный вид персонала. По данным критериям клиенты сделают вывод, что на определенном предприятии все в порядке и ему следует довериться [36].

Доступность.

Легкость установления связей с персоналом предприятия.

Например, если посетитель вызвал в номер рассыльного, то тот должен прибыть в течение нескольких минут, не заставляя гостя долго ожидать.

Коммуникативность.

Способность обеспечить такое обслуживание, которое исключит недопонимание между персоналом и посетителями за счет того, что необходимая информация будет предоставляться клиентам вовремя и без дополнительного запроса с их стороны [4].

Внимательное отношение.

Индивидуальное обслуживание и внимание, которое гостиничное предприятие проявляет по отношению к своим гостям.

Особая ценность данной характеристики качества услуги объясняется тем, что каждый посетитель имеет свои персональные потребности, отличающиеся от потребностей других людей. Чтобы обеспечить верность клиента гостинице, при предоставлении услуги следует показать, что конкретный гость является для предприятия важным и особенным, что его индивидуальные потребности всегда будут учтены.

Эффективность функционирования любого отеля непосредственно связана с качеством предоставления гостиничных услуг [29].

Применительно к качеству услуг выделяют:

- профессионализм (компания обладает требуемыми способностями и познаниями для того, чтобы проявить услугу);
- безопасность (устойчивость деятельность компании);
- понимание (представление своеобразных нужд потребителей);
- коммуникация (уместное и вразумительное уведомление потребителей о происходящем в средстве размещения);
- доверие (престиж компании);
- защищенность (охрана от риска);
- обходительность (воспитанность, бдительность, дружелюбность);
- осязаемость (вещественная притягательность помещений и формы персонала).

Предоставление гостиничных услуг надлежащего качества является необходимым аспектом в интересах администрации отеля вне зависимости от формы собственности [9]. В управлении гостиничными предприятиями широко используется термин «гостиничный продукт», позволяющий подчеркнуть комплексный характер гостиничного предложения.

Гостиничный продукт представляет собой комплекс услуг, оказываемый гостиницей [19]. Гостиничный продукт – это совокупность

материальных, технических, человеческих, информационных, временных и других факторов деятельности гостиницы по предоставлению клиентам благ, обладающих определенными потребительскими свойствами и способными удовлетворить их потребности (рисунок 2).

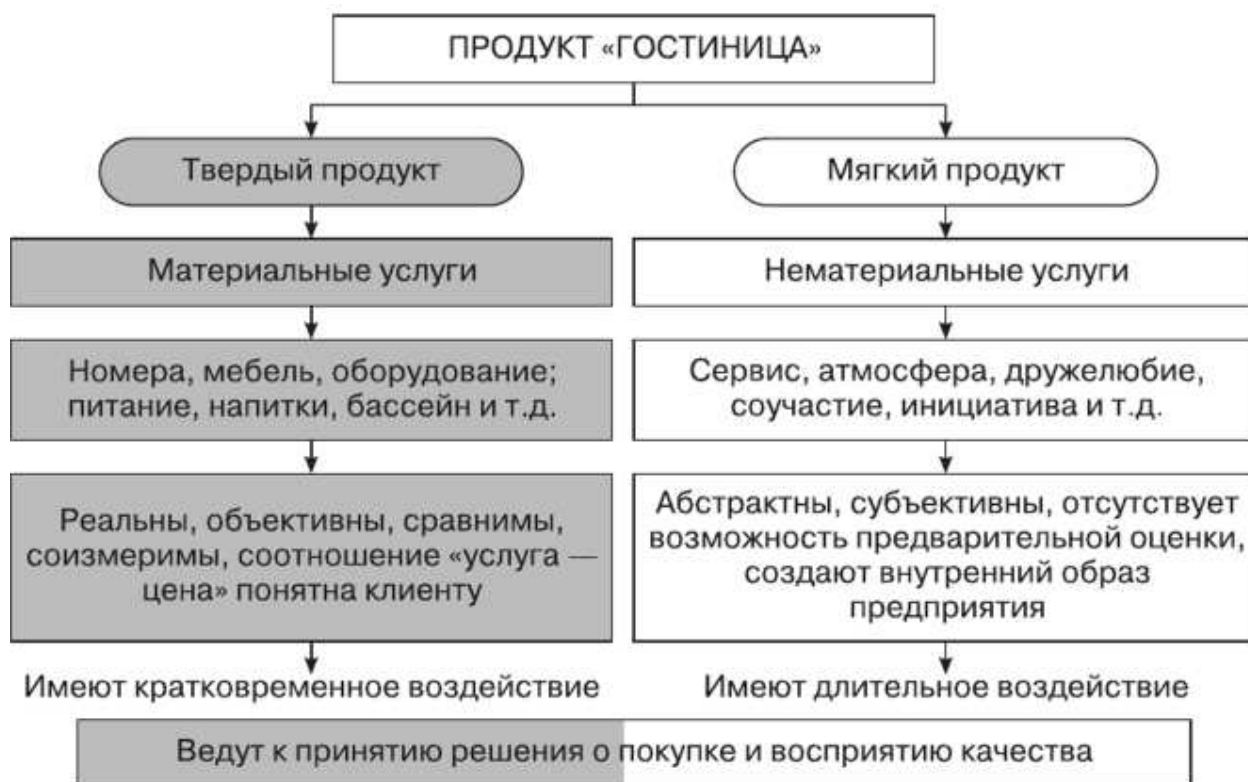


Рисунок 2 – Составляющие комплексного гостиничного продукта

Гостиничному продукту, наряду со специфическими характеристиками услуг, присущи и отличительные особенности [16]:

1. ситуационность гостиничной услуги, предоставляемой одновременно и меняющей характеристики при повторном обращении к услуге;
2. индивидуальность услуги, так как даже в условиях массовой организации гостиничного продукта гостиница готова выполнить индивидуальные запросы посетителя;
3. различность свойств потребительной стоимости гостиничных продуктов, так как при принятии решения о покупке гостиничного продукта

сам он еще не имеет четких качественных характеристик, они будут выявлены лишь при получении услуги;

4. неопределенность и относительная анонимность источника комплекса услуг, которые будут оказаны туристу, поскольку гостиничные услуги оказываются самыми различными предприятиями и учреждениями; ему известна лишь турфирма, продавшая турпродукт, гарантировавшая определенные гостиничные услуги, которые еще будут предоставлены;

5. потребитель преодолевает расстояние, отделяющее место приобретения продукта от места его потребления, следовательно, гостиничные услуги могут быть реализованы только тогда, когда потребитель будет находиться в месте их производства;

6. образование дохода потребителей, предназначенного для приобретения гостиничного продукта, регулируется условиями страны постоянного проживания, хотя сам процесс потребления формируется условиями стран временного пребывания или мировыми ценами;

7. потребление туристов включает блага, получаемые как бесплатно, так и реализуемые за деньги;

8. в процессе туризма потребитель несет расходы как на удовлетворение потребностей, не зависящих от пребывания вне дома, так и вызванные самим путешествием;

9. процесс потребления туриста всегда ограничен во времени и пространстве; большое значение имеет фактор сезонности;

10. неопределенность и субъективность критериев качества гостиничного продукта, которое помимо прямых показателей, зависит от ряда переменных (мода, состояние здоровья клиента, отношение персонала, социальный статус клиента);

11. значительное влияние на качество гостиничного продукта оказывают внешние факторы, имеющие форс-мажорный характер, то есть не зависящие от воли и действий продавца и покупателей [28].

Необходимо выделить некоторые свойства гостиничного продукта [8]:

- гостеприимство – включает достоинство, уважение и любезность персонала;
- обоснованность – предоставление услуг должно соответствовать цели путешествия человека;
- надежность – соответствие фактически предоставляемого потребителю продукта рекламе, достоверность информации;
- эффективность – достижение наибольшего эффекта для потребителя при минимизации его расходов;
- целостность – завершенность гостиничного продукта;
- ясность – потребление гостиничного продукта, его направленность должны быть понятны и посетителю, и производителю;
- простота в эксплуатации – возможность легко обнаруживать ошибки в технологии обслуживания;
- гибкость - гостиничный продукт должен предусматривать возможность замены тех или иных услуг, чтобы быть ориентированным на разных потребителей;
- полезность – способность служить достижению какой-либо цели, удовлетворять потребности определенной целевой группы потребителей.

Таким образом, гостиничная услуга представляет собой организованное взаимодействие гостя и персонала средства размещения, непрерывно воздействующее на гостя в течение всей своей длительности.

Данный продукт существует только в течение пребывания гостя, и в это время постоянно идет диалог между гостем и гостиницей. Следовательно, гостиничная услуга в каждом конкретном случае носит индивидуальный характер [16].

2 Анализ ассортимента предоставляемых услуг в гостинице «На Мартемьянова» - глава изъята

3 Разработка мероприятий по расширению ассортимента предоставляемых услуг в гостинице «На Мартемьянова»

Заключение – изъято

Список использованных источников – изъят

Приложения - изъяты

Министерство науки и высшего образования РФ
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

« 14 » 06 2022 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 ассортимента предоставляемых
услуг в гостинице «На Мартемьянова» г. Кемерово
тема

Руководитель  10.06.22 доцент, канд.биол.наук И. В. Изосимова
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник  10.06.22 А. С. Решетникова
подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролер  10.06.22 И. В. Изосимова
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2022