# МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Институт географии, геологии, туризма и сервиса**

**Кафедра международного менеджмента и туризма**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**ТЕХНОЛОГИИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОРОДСКОМ ОТЕЛЕ**

Работу выполнил  M.Ю Воропаев

Направление подготовки 43.03.02 Гостиничное дело, ОФО, 1 курс

Направленность (профиль) Технология и организация гостиничной деятельности

Научный руководитель  Н.А. Комаревцева

доц., канд. геогр. наук

Нормоконтролер  Н.А. Комаревцева

доц., канд. геогр. наук

Краснодар 2020

СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Введение………………………………………………………………………….. |  3 |
| 1 Основные и дополнительные услуги ……...………….………..……... |  5 |
| 1.1 Основные услуги: виды и способы предоставления.....……………..… |  5 |
| 1.2 Дополнительные услуги (виды)….……………………………………... |  9 |
| 2 Особенности функционирования городского отеля….……………………. | 14 |
| 2.1 Функциональные особенности городского отеля……….…………….. | 14 |
| 2.2 Услуги городского отеля.………………………...……………………... | 15 |
| 1. Основные и дополнительные услуги городского отеля в

условиях регионального рынка……………………………………………...... | 18 |
| 3.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности отеля «Триумф»……………………………………………………………….…. | 18 |
| 3.2 Основные и дополнительные услуги городского отеля «Триумф»………………………………………………………….……..………. | 23 |
| Заключение……………………………………………………………………….. | 26 |
| Список использованных источников…................................................................ | 30 |

ВВЕДЕНИЕ

Современное гостиничное предприятие предоставляет потребителям не только услуги проживания и питания, но и широкий спектр услуг транспорта, связи, развлечений, экскурсионное обслуживание, медицинские, спортивные услуги, услуги салонов красоты и пр. Фактически гостиничные предприятия в структуре индустрии туризма и гостеприимства выполняют ключевые функции, так как формируют и предлагают потребителям комплексный гостиничный продукт, в формировании и продвижении которого принимают участие все секторы и элементы индустрии туризма и гостеприимства.

Одним из основных направлений формирования стратегических конкурентных преимуществ в гостиничном бизнесе является предоставление дополнительных услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами. Ключевым здесь является предоставление таких услуг, которые удовлетворяли бы и даже превосходили ожидания целевых клиентов. Ожидания клиентов формируются на основе уже имеющегося у них опыта, а также информации, получаемой по прямым (личным) или по массовым (неличным) каналам маркетинговых коммуникаций. Исходя из этого, потребители выбирают производителя услуг и после их предоставления сравнивают свое представление о полученной услуге со своими ожиданиями. Если представление о предоставленной услуге не соответствует ожиданиям, клиенты теряют к сервисной фирме всякий интерес, если же соответствует или превосходит их ожидания, они могут вновь обратиться к такому производителю услуг. Покупатель всегда стремится к определенному им соответствию цены услуги и ее качества. Интересно заметить, что, как правило, покупатель услуги реже жалуется на ее высокую цену, чем покупатель физического товара. Если он считает цену завышенной, то просто уходит без покупки. Неудовлетворенность услугой ведет, как правило, к большим потерям в доле рынка. Именно поэтому производитель услуг должен как можно точнее выявлять потребности и ожидания своих целевых клиентов.

Актуальность данного исследования обуславливается необходимостью рассмотрения основных и дополнительных услуг городских отелей. Рассмотрение факторов влияющих на качество гостиничных услуг направлено на повышение уровня обслуживания и эффективности производства гостиничных услуг. Развитие рыночных отношений вызывает появление новых задач, что вызывает необходимость совершенствования управления. Важно понимание руководителей гостиниц необходимости постоянно улучшать управление качеством обслуживания, уделять внимание его расширению, реконструкции помещений, внедрению новейших технологий и т.д.

Целью исследования является выявление оптимального набора основных и дополнительных услуг в структуре гостиничного предприятия под воздействием условия рынка.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

− охарактеризовать теоретические аспекты исследования основных и дополнительных услуг гостиничных предприятий;

− проанализировать особенности функционирования городских отелей;

− выявить оптимальный набор основных и дополнительных услуг для городского отеля в условиях регионального рынка

Объектом исследования выступает городской отель. Предметом исследования – набор основных и дополнительных услуг гостиничного комплекса.

Методами исследования выступает: классификация, анализ, опрос, сравнение.

Методологической основой исследования послужили труды авторов: Волков, Ю. Ф., Миненкова В.В., Арбузова Н.Ю., Ляпина И.Ю.

Информационная база исследования: нормативно-правовые акты, и данные городского отеля.

Курсовая работа состоит из введения и трех глав, заключения, а также списка используемой литературы.

1 Основные и дополнительные услуги

* 1. Основные услуги: виды и способы предоставления

С точки зрения здравого смысла о каком-либо гостеприимстве не может быть и речи без удовлетворения первичных потребностей человека − потребностей в питании, отдыхе и сне. В этой связи наиболее обоснованным и достаточно логичным является следующее определение гостиницы, которое дал С.И. Байлик: «Гостиница − это предприятие, предоставляющее людям, находящимся вне дома, комплекс услуг, важнейшими среди которых в равной степени являются услуга размещения и питания». Это же подтверждают и Правила предоставления гостиничных услуг, утвержденные постановлением Правительства РФ от 09 октября 2015 г № 1085 (с изменениями от 18 июля 2019 г.) [18].

Гостиничная услуга − это действие (операция) предприятия по размещению потребителя путем предоставления номера (места) для временного проживания в гостинице, а также другая деятельность, связанная с размещением и временным проживанием.

Гостиничная услуга состоит из основных и дополнительных услуг, предлагаемых потребителю при размещении и проживании в гостинице. Основные услуги − это объем услуг гостиницы (проживание, питание), которые включены в цену номера (места) и предоставляются потребителю согласно заключенному договору;

Сущность предоставления услуги размещения состоит в том, что, с одной стороны, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера), с другой стороны, предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом гостиницы: услуги портье по приему и оформлению гостей, услуги горничных по уборке гостиничных номеров и т.д. Гостиничные номера являются основным элементом услуги размещения. Это многофункциональные помещения, предназначенные для отдыха, сна, работы проживающих гостей. Важнейшей их функцией является обеспечение возможности сна. Значимость других функций гостиничных номеров, прежде всего, зависит от назначения гостиницы и потребностей гостей [3].

В разных гостиницах имеются различные категории номеров, отличающиеся один от другого площадью, меблировкой, оборудованием, оснащением и т.д. Однако независимо от категории гостиничный номер должен иметь следующую мебель и оборудование: кровать, стул и кресло, ночной столик, шкаф для одежды, общее освещение, мусорную корзину. Помимо это

го в каждом номере должна содержаться информация о гостинице и план эвакуации в случае пожара.

Без дополнительной оплаты гостям могут быть предоставлены следующие виды услуг: вызов скорой помощи; пользование медицинской аптечкой; доставка в номер корреспонденции по ее получении; побудка к определенному времени; предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов. Их зачастую также относят к основным услугам [15].

Также наиболее часто используется деление гостиничных услуг на основные, дополнительные и сопутствующие. Основная услуга. Согласно Правилам предоставления гостиничных услуг к основным услугам относятся услуги проживания и питания.

Сопутствующими услугами являются услуги, необходимые для того, чтобы использовать основную услугу. К сопутствующим услугам относятся услуги специальных видов связи, предоставление индивидуальных сейфов и др.

На гостиничном предприятии услуги размещения, питания и прочие услуги дополняют друг друга, в большинстве случаев являются взаимозависимыми и воспринимаются гостем как еди­ное целое. С учетом того, как они оформлены и скомбинированы в единый комплекс, складывается определенный тип предприятия.

При оказании услуг важным является не только их количество, но и качество. Поэтому во многих гостиницах проживающих при отъезде просят заполнить небольшие анкеты.

Заполненные анкеты обычно сдаются вместе с ключами в службу приема и размещения, а затем их изучают в службе маркетинга и рекламы. Администрация гостиницы анализирует недостатки, выявленные в работе отдельных служб, и принимает меры для их устранения [8].

Бытовое обслуживание направлено на удовлетворение потребностей гостей, возникших во время их проживания в гостинице. Система мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные запросы гостей, называется в гостиничном хозяйстве сервисом [9].

Сервис может быть очень разным – от быстрого и профессионального оформления службой приема до безупречной работы сантехнического оборудования. Каждое звено в цепи сервиса важно.

Вся работа по организации услуг должна быть хорошо продумана и организована. Предприятия, оказывающие услуги, должны размещаться в доступном месте (чаще всего на первом этаже). В вестибюле, на этажах, в номерах должна быть информация о том, как и где получить услуги, часы работы должны быть удобными для гостей.

В состав услуг по бытовому обслуживанию входит следующее:

Обычно в каждом номере в папке с рекламой есть бумага для писем, конверты, специальные таблички, которые можно вывесить на дверь, если гость просит постирать, убрать номер или просто не хочет, чтобы его беспокоили. Количество и качество услуг, предоставляемых гостиницей, зависит от размеров предприятия и влияет на его категорию престижа. Основные услуги (кроме проживания и питания) за которые не взымается плата:

* обеспечение минимальными бытовыми условиями;
* побудка к определенному времени;
* предоставление различной информации;
* предоставление аптечки;
* вызов скорой помощи;
* обеспечение корреспонденцией (или интернетом);
* уборка жилых помещений.

Их предоставляют все виды отелей: от студентческого хостела, до крупных гостиничных комплексов. Увеличение списка и качества основных услуг прямо пропорционально статусу заведения [2].

В Российской Федерации приняты и действуют следующие нормативные документы, определяющие услуги размещения:

* Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденные постановлением Правительства РФ от 09 октября 2015 г № 1085;
* Положения о классификации гостиниц от 16 февраля 2019 г № 158.

Вышеуказанные документы по-разному трактуют понятия «средство размещения», «гостиница». В некоторых официальных документах понятие «гостиница» трактуется как «имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг».

* 1. Дополнительные услуги (виды)

Оказывая какие-либо услуги, персонал должен проявлять такт и корректность. Сервис нужно строить не только по принципу спроса (что хочет гость), но и по принципу предложения (гостиница предлагает все новые и новые услуги, которые может оказать, а гость выбирает, надо ему это или нет). Но нельзя навязывать услуги (может быть, гостю не потребуется то, что ему навязывают, и поэтому он не хочет платить больше) [11].

Дополнительные услуги – услуги, не относящиеся к основным услугам гостиницы, заказываются и оплачиваются потребителем дополнительно согласно отдельного договора (например, услуги автостоянки, прачечной, сауны и др.). Перечень услуг зависит от категории гостиницы. Не во всех гостиницах есть возможность организовать бытовое обслуживание гостей и предоставлять им полный перечень услуг. Но всюду должны стремиться к тому, чтобы набор услуг полностью отвечал запросам гостей. Перечень и качество предоставления платных дополнительных услуг должны соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории.

Кроме обязательных и бесплатных услуг, гостиницы предоставляют целый комплекс всевозможных дополнительных услуг, которые оплачиваются дополнительно. Для средних и крупных туркомплексов (тургостиниц, полносервисных отелей и др.) со средним и высоким уровнем комфортабельности характерно наличие огромного перечня дополнительных услуг:

* услуги экскурсионного обслуживания;
* услуги гидов-переводчиков;
* услуги покупки билетов в цирк, на концерты и т.д.;
* услуги заказа автотранспорта по заявке гостей;
* услуги вызова такси;
* услуги проката автомобилей;
* услуги заказа мест в ресторанах города;
* услуги ремонта и глажения одежды;
* услуги стирки и химчистки одежды;
* услуги организаций общественного питания (бар, ресторан, кафе, буфет, пивной бар);
* услуги инфраструктуры развлечений (дискотека, казино, ночной клуб, зал игровых автоматов, бильярдная);
* услуги ухода за детьми;
* предоставление услуг гувернеров и нянь, говорящих на родном для ребенка языке;
* услуги ухода за животными, которые совершают путешествие вместе с хозяевами;
* транспортные услуги (бронирование билетов на все виды транспорта, заказ автотранспорта по заявке гостей, вызов такси, прокат автомобилей);
* услуги покупки и доставки цветов;
* продажа сувениров, открыток и другой печатной продукции;
* бытовое обслуживание (ремонт и чистка обуви);
* услуги химчистки и прачечной;
* услуги хранения вещей и ценностей;
* услуги разгрузки, погрузки и доставки багажа в номер;
* услуги проката предметов культурно-бытового назначения, телевизоры, посуда, спортивный инвентарь и пр.;
* услуги по ремонту часов, бытовой техники, радиоаппаратуры;
* услуги парикмахерской, маникюрного и массажного кабинетов
* услуги сауны, бани, бассейнов, тренажёрных залов;
* услуги аренды залов переговоров, конференц-зала;
* услуги бизнес-центра;
* услуги обмена валюты;
* другие услуги.

Система мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные запросы гостей, называется в гостиничном хозяйстве сервисом. Сервис нужно строить не только по принципу спроса (что хочет гость), но и по принципу предложения (гостиница предлагает новые услуги, которые может оказать, а гость выбирает). Но нельзя навязывать услуги. Потребитель вправе отказаться от оплаты услуг, не предусмотренных договором. Также запрещается обусловливать выполнение одних услуг обязательным оказанием других услуг [10].

Перечень услуг зависит от категории гостиницы. Не во всех гостиницах есть возможность организовывать бытовое обслуживание гостей и предоставлять им полный перечень услуг. Однако всюду должны стремиться к тому, чтобы набор услуг полностью отвечал запросам гостей.

Предприятия, оказывающие услуги, должны размещаться в доступном месте (чаще всего на первом этаже). В вестибюле, на этажах, в номерах должна быть информация о том, как и где получить услуги, часы работы должны быть удобными для гостей.

В настоя­щее время дополнительные услуги приобретают все большее значение в формировании рыночной привлекательности гос­тиничного предприятия. Оставаясь основной, услуга размеще­ния воспринимается гостями как само собой разумеющееся. Повышенный же интерес вызывают услуги, выделяющие дан­ную гостиницу из ряда других. В большинстве случаев такими услугами выступают дополнительные. Подтверждением этому является деятельность многих известных гостиничных пред­приятий. К примеру, прочие услуги, ориентированные на предоставление возможности заняться различными видами спорта, стоят на первом месте в комплексе услуг немецкой гос­тиничной цепи "Робинзон-клуб", состоящей из 30 гостиниц. Гостиницы известных швейцарских курортов Давоса, Кран-Монтана, прежде чем привлечь на отдых высокооплачиваемых профессионалов, банкиров, политиков, предоставили возмож­ность проведения здесь международных конференций, эконо­мических форумов на самом высоком уровне, построив и обо­рудовав конференц-залы и ряд других помещений с примене­нием новейших достижений науки и техники [1].

Дополнительными услугами являются услуги, придающие основной услуге дополнительную выгоду и помогающие отличить данную услугу от конкурирующих с ней. Дополнительные услуги в свою очередь делятся на три группы. В первую группу входят услуги, которые гостиница обязана предоставить без дополнительной платы: вызов скорой помощи, доставка корреспонденции в номер по её получении, побудка к определённому времени и т.п. Перечень этих услуг и их безвозмездный статус закреплены в п.5 Правил предоставления гостиничных услуг в РФ [7].

Во вторую группу входят услуги, которые не включены исполнителем в цену номера, но они оказываются на территории гостиницы. Эти услуги могут быть предоставлены потребителю за отдельную плату и с его согласия. В третью группу входят услуги, которые потребитель вправе потребовать, а исполнитель в свою очередь вправе их предоставить. Подобные услуги можно охарактеризовать как не типичные (потребитель просит доставить ему в номер блюдо экзотической кухни).

При оказании услуг важным является не только их количество, но и качество. Поэтому во многих гостиницах проживающих при отъезде просят заполнить небольшие анкеты, которые сдаются в службу приёма и размещения, а затем их изучают в службе рекламы и маркетинга.

2 Особенности функционирования городского отеля

2.1 Функциональные особенности городского отеля

Все гостиничные предприятия по функциональному назначению делятся на две большие группы: транзитные гостиницы и целевые гостиницы.

К целевым гостиницам относятся гостиницы делового назначения и гостиницы для отдыха (курортные, туристские). Городские отели чаще всего бывают делового назначения и, как правило, расположены в лёгкой доступности к деловым центрам, аэропортам, администрации города и т.д.

Городские гостиницы делового назначения обслуживают лиц, пребывающих в деловых поездках и командировках. Предприятия этой группы наиболее известны как гостиницы для конгрессного обслуживания симпозиумов, съездов, собраний, конференций и т. д. Эти гостиницы пользуются наибольшим спросом, так как согласно исследованиям 50% людей перемещаются с деловыми целями, 40% − с целью отдыха и лечения, 10% − с целями поиска работы, посещения родственников, друзей.

Важность деловых клиентов для отелей обусловлена рядом причин:

1. Деловые люди − участники конференций, симпозиумов, форумов, совещаний − имеют большой достаток, оплачивают проживание и активно пользуются дополнительными услугами. Бизнесмены часто размещаются в гостиницах с членами своих семей, которые не связаны с деловой программой, но активно участвуют в развлекательной.

2. Ориентация на обслуживание бизнесменов позволяет гостиницам проводить гарантированное бронирование и более точно планировать загрузку номерного фонда и материально-технической базы отеля.

3. Бизнесмены часто достаточно постоянны в своих предпочтениях. Поэтому предприятию размещения важно организовать прием таких клиентов на высшем уровне, чтобы впоследствии они приезжали сюда повторно. Бизнесмены также − прекрасный носитель рекламной информации, так как удовлетворенный обслуживанием клиент рекомендует данную гостиницу своим коллегам, друзьям, близким.

4. Ориентация на обслуживание деловых людей позволит в определенной мере преодолеть негативные последствия сезонности, так как основная масса деловых мероприятия проводится именно в низкий и межсезонный периоды.

Гостиницы должны отвечать следующим условиям: месторасположение вблизи административных, культурных центров города; преобладание одноместных номеров; наличие в номере "рабочей зоны"; наличие номеров−апартаментов; наличие конференц-залов, центров коммуникационных технологий; наличие технического оборудования; наличие служб финансового обеспечения; наличие стоянок, гаражей.

Гостиницы делового назначения приурочены к целевым поездкам бизнесменов. Оформление номера – стандартное наполнение и классический дизайн в самой умеренной цветовой гамме. Речь идет про отсутствие вызывающих расцветок и оригинальных деталей, которые могут отвлечь человека, настроенного на встречу, переговоры. Важно, чтобы в номере было выделено место для работы.

Из сервисов – обязательно наличие стирки\глажки. Плюс – услуга «разбудить к назначенному времени». В классной гостинице делового назначения обязательно будет конференц-зал. А то и не один. Лучше, если аудитории рассчитаны на разное количество людей – на 20−25, 50, 100, 300. Обязательно несколько ресторанов, готовых организовать бизнес-ланчи, кайтеринговое обслуживание мероприятий или банкет.

2.2 Услуги городского отеля

К услугам городского отеля относится организация банкетов и иных массовых и деловых мероприятий.

Городские отели обычно расположены в центре города или в зонах, удобных для целевых групп. Это одни из самых крупных групп отелей.

Они обслуживают в основном бизнесменов. Но, не смотря на это, многие туристские группы, туристы-индивидуалы, небольшие конференц-группы находят эти отели привлекательными. К услугам гостей в этих отелях относятся: газеты, утренний кофе, местная телефонная связь, кабельное телевидение и другое. Гости могут воспользоваться арендованной машиной, транспортом из аэропорта, обеденным залом и другое.

Большинство подобных отелей располагает конференц-залами, номерами «люкс» и банкетными залами.

Можно выделить общий перечень подобных услуг:

* услуги бизнес-центра;
* услуги переводчиков;
* информационные услуги;
* возможность организации встреч и различных банкетов, свадеб, юбилеев, а также специальное обслуживание от кофе-брейков до официальных банкетов;
* услуги сети интернет;
* услуги телефонной связи:

Помимо этого сюда так же могут включаться услуги секретаря, кабины для синхронного перевода, копировальные аппараты.

Большинство или все номера городского отеля (3−4\*) оборудованы новейшими средствами коммуникации и максимально приспособлены не только для отдыха гостей отеля, но и для их полноценной работы.

К услугам бизнесменов в каждом номере находится: несколько телефонов с прямым набором номера и функцией голосовой почты, удобный письменный стол, возможность подключения к Интернету прямо из номера. В каждом номере есть личный электронный сейф.

Если же гостиница не работает исключительно с бизнес-клиентами, то размещение таких гостей проводится в «обычных» номерах, в которых есть «рабочий уголок», оборудованный под маленький офис. Здесь обычно находится большой письменный стол, удобная настольная лампа, принтер и эргономичное офисное кресло. Во всем остальном это обычный стандартный номер − такая же площадь, телевизор, телефон, мини-бар, кондиционер и сейф.

Гостиницы предоставляют конференц-залы разных размеров для проведения встреч и конференций самого высокого уровня. Обязательно наличие бизнес-центра. Он состоит из нескольких конференц-залов разной вместительности, переговорных комнат, мебели и канцелярии. Необходимое дополнительное и специальное оборудование может быть арендовано в сервис-бюро гостиницы за дополнительную плату. Кроме этого, возможно получение дополнительных услуг – это организация экскурсионных поездок с предоставлением гидов-переводчиков; возможно бронирование и продажа авиа и железнодорожных билетов, а также бронирование столиков в ресторанах. 24 часа в сутки для гостя доступен полный комплекс бизнес услуг от копирования документов до проката автомобилей [4].

К услугам гостей трансфер (индивидуальный и групповой) до аэропорта и железнодорожных вокзалов. Возможно VIP-обслуживание в аэропортах, аренда автомобилей с водителем, помощь при оформлении визы, оформление медицинских страховых полисов. А также бронирование и продажа билетов в театры, концертные залы, цирки и рестораны.

Доступ к Интернету может осуществляться в специальной для этого Интернет-комнате. Эта комната работает круглосуточно и необыкновенно удобна для работающих людей. В любое время суток, человек может по Интернету отправить или получить нужную ему информацию.

3 Основные и дополнительные услуги городского отеля в условиях регионального рынка

3.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности отеля «Триумф»

От места расположения предприятия зависит успех его работы. Рациональное размещение гостиничного предприятий создает удобства населению при организации деловых процессов а также отдыха.

Отель находится в центральном округе г. Краснодара, по адресу ул. Промышленная, 15, и является городским бизнес-отелем. В данном месте собирается большое количество деловых людей так как отель находится недалеко от значимых центров а также администрации Краснодарского края, что делает уместным открытие гостиницы именно в этом месте.

Отель состоит из основного корпуса и дополнительного. Дополнительный корпус состоит из 18 одноместных номеров категории эконом. В основном корпусе находятся: служба приёма и размещения, тренажёрный зал, спа зона, ресторан, прачечная, конференц-зал. Здесь находятся 75 номера категории стандарт, комфорт, бизнес класс, де люкс и люкс. Номерной фонд отеля «Триумф» в целом представлен 93 номерами и 5 этажами. Отель предоставляет своим гостям пять различных категорий от «эконома» до двухкомнатного «люкса»:

– 18 одноместных номера «Эконом» площадью 17 м. кв.;

– 28 однокомнатных номера «Стандарт» площадью 20 м. кв.;

– 22 однокомнатных номеров «Бизнес-класс» 25 м. кв.;

– 15 однокомнатных номера «Комфорт» площадью 35 м. кв.;

– 7 однокомнатных номера «Де люкс» 45 м. кв.;

– 3 двухкомнатный номер «Люкс» площадью 80 м. кв.

В состав отеля так же входят: охраняемая парковка и круглосуточный магазин. Сам отель является, так называемым, бизнес-отелем, характеризующимся индивидуальным подходом к гостям, некоторой камерностью, множеством предоставляемых дополнительных услуг и мягким отношением к гостям. Это делает его весьма привлекательным для различных персон. Основным смысловым и эстетическим ядром для этого отеля является разноплановый подход к каждому гостю. Потребителями данного предприятия являются лица мужского и женского пола с достатком выше среднего.

Отель пользуется популярностью у посетителей так как относительно отличается не высокой стоимостью проживания. В стоимость проживания даже в самом дешёвом номере входит пользование сауной, хамамом, джакузи, бассейном, а также бесплатной парковкой и прокатом велосипедов. Ниже приведён пример прайс-листа в котором указаны цены за проживание в разных категориях номеров и прописаны услуги входящие в стоимость проживания. Прайс-лист актуален на период с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г.



Рисунок 1 – Прайс-лист отеля «Триумф» (фото автора)

Важно учитывать, что в выставочные периоды стоимость номеров увеличивается. Но, не смотря на это, данный отель бывает максимально заселён гостями, что указывает на его популярность. Отель является лидером продаж на сайте Booking.com.

Интерьер отеля выполнен в стиле XIX в., освещение не очень яркое, мебель выполнена из настоящего дерева, что придаёт уютную и роскошную обстановку.

Микроклимат в отеле поддерживается системой приточно-вытяжной вентиляции. Оформление помещения выполнено в едином стиле. Единство стиля в интерьере достигается соотношением объёмно-пространственного решения, цветовой композиции, приёмов освещения и декоративных элементов. Основные принципы создания интерьера – комплектность и «фирменность» в оформлении. Применяемые для отделки такие материалы, как поролон, войлочное покрытие, дерево – создают ощущение домашнего уюта.

Вся мебель в торговом зале обладает эстетическими достоинствами, прочностью, легко поддаётся санитарной обработке, обеспечивает максимальный комфорт для посетителей, создавая необходимые условия для работы и отдыха. В качестве дополнительной услуги ресторан производит подачу еды и напитков в номера.

В организационной структуре гостиницы выделяются следующие службы:

Служба управления номерным фондом состоит из подразделений, наиболее тесно вовлечённых в процесс предоставления услуг непосредственно гостям. В это подразделение включены: служба приёма и размещения, подразделение хозяйственного обеспечения и обслуживания гостиницы и обслуживающий персонал.

Служба приёма и размещения наиболее крупное подразделение гостиницы, осуществляющее основное взаимодействие с клиентами. Регистрационная стойка (reception) − это центр функционирования не только службы приёма и размещения, но и всей гостиницы, потому что здесь гость регистрируется, получает ключи от гостиничного номера и расплачивается при выезде.

Отделение бронирования службы номерного фонда отвечает за получение, приём заявок на резервирование и собственно бронирование. Этот отдел фиксирует статус номеров и контролирует весь процесс продаж во избежание двойного бронирования. Персонал отдела бронирования тесно взаимодействует с отделом маркетинга и продаж.

Телефонная служба. Телекоммуникации в службе номерного фонда осуществляются при помощи организации собственного телефонного узла. Персонал службы отвечает за приём и передачу звонков гостей, отслеживание и проводку начислений, контроль за работой автоматических систем, координацию коммуникационных систем.

Служба хозяйственного обеспечения и обслуживания гостиницы является наиболее важным поддерживающим подразделением службы приёма и размещения. Эффективная связь персонала этого подразделения со всей службой приёма и размещения способствует улучшению работы последней за счёт лучшего контроля за состоянием номерного фонда. В этом подразделении работает максимальное количество персонала по сравнению с другими службами гостиницы. Помимо горничных в это подразделение также входят инспектора, работники ответственные за уборку служебных помещений и мест общего пользования, персонал прачечной.

Служба безопасности. В обязанности службы безопасности входит: патрулирование гостиницы, контроль мест общего пользования через системы видеонаблюдения, обеспечение гарантии безопасности гостей, посетителей и персонала гостиницы.

Ключевая роль сотрудников подразделения безопасности − поддерживать осведомлённость персонала в вопросах безопасности через обучение и соблюдение установленных стандартов.

Служба питания, с точки зрения влияния на доходность гостиницы, занимает второе место после подразделения номерного фонда. Отель имеет одну точку, предоставляющую услугу такого рода. Это ресторан европейской кухни, работающий 24 часа в сутки. Подразделение питания поддерживает такие функции, как обслуживание в номерах и организацию банкетов. Банкеты, проводимые в стенах отеля, являются весьма прибыльным мероприятием. Важное значение для службы питания имеет также обслуживание различного рода торжественных мероприятий.

Служба маркетинга и продаж. В функции подразделения входят собственно продажи гостиничного продукта индивидуальным и групповым клиентам, а также предоставление услуг по проведению массовых мероприятий, организация рекламы и связь с общественностью. Основной целью этой службы является продвижение гостиничного продукта и услуг.

Персонал подразделения маркетинга и продаж координирует свои усилия со службой приёма и размещения и другими структурными отделами гостиницы для эффективного выявления потребностей гостей. Персонал службы стремится привлечь потенциальных клиентов в мотель путём исследования рынка, конкурирующих гостиничных продуктов, потребностей и ожиданий клиентов, влияющих на тенденции спроса в будущем.

Финансовая служба. Подразделения бухгалтерского учёта учитывают и контролируют внешнюю и внутреннюю финансовую деятельность гостиницы. В функции бухгалтерии входят: оплата счетов, направление счётов−фактур, сбор платежей, аккумулирование оперативных данных и подготовка финансовых отчётов. Кроме того, персонал бухгалтерии ответственен за создание банковских депозитов, обеспечение наличных займов и выполнение других управленческих функций, относящихся к гостиничному бизнесу. Успешная деятельность бухгалтерии во многом зависит от тесной координации с подразделениями, создающими доход гостиницы.

Ремонтно-техническая группа ответственна за поддержку гостиничной инфраструктуры, электрического и механического оборудования и систем электро-, водо- и газоснабжения в работоспособном состоянии. Не вся техническая и эксплуатационная работа может быть выполнена ремонтно-технической группой − часто проблемы со сложным технологическим или электронным оборудованием требуют привлечения специализированных сторонних организаций. Станция технического обслуживания проводит диагностику и ремонт автотранспорта туристов.

Отдел кадров. В его функции входит: поиск и найм персонала (включая внешний поиск и внутренние перестановки), подготовка и повышение квалификации сотрудников, трудовые взаимоотношения (включая проблемы качества), компенсационные выплаты, оформление пенсий, администрирование (включая разработку и проведение политики в отношении персонала), юридическое обеспечение трудовых отношений.Организационная структура гостиницы выглядит следующим образом:



Рисунок 2 – Организационная структура отеля «Триумф» [14]

Обслуживающий персонал наиболее специфическая служба любого отеля. Именно она определяет внешний вид гостиницы, то, какой она предстаёт перед клиентами. В отеле «Триумф» работают 37 сотрудников включая директора, который является также владельцем данного отеля.

Эмоциональная теплота, радушный и деловой подход являются важной частью атмосферы данного заведения.

3.2 Основные и дополнительные услуги городского отеля «Триумф»

Отель «Триумф» успешно функционирует на рынке услуг бизнес отелей Краснодарского края, и предоставляет полный набор услуг соответствующий категории гостиницы.

В стоимость за проживание в городском бизнес отеле «Триумф» включены:

* услуги по бронированию номера непосредственно в отделе брони, по телефону или через интернет.
* организацию различных способов оплаты за номер и правильное оформление счета.
* обеспечение безопасности проживания и сохранность личных вещей в номере или багажном отделении, а также за сейф.
* организацию информационной службы, портье, услуги носильщика.
* организацию услуг горничных, т. е. уборка номера.
* стоимость туалетных принадлежностей в ванной комнате,
* спутниковое телевидение.
* Организацию питания от утреннего кофе до «все включено».

Чем выше класс гостиничного предприятия, тем длиннее этот список и, естественно, дороже услуга проживания.

Дополнительные бесплатные услуги отеля «Триумф» обязательными являются услуги медицинской помощи или использование медицинской аптечки. Необязательные − это услуги обмена валют, быстрого оформления при заселении и выезде, предоставление оборудования для особых категорий клиентов, например инвалидов; консьерж, доставка в номер газет и журналов, телефон, интернет. Эти дополнительные услуги несмотря на их необязательность, исправно предоставляются в данной гостинице.

Отель «Триумф» также предоставляет большой перечень услуг, которые оплачиваются отдельно. Организация дополнительных услуг в гостинице осуществляется для удовлетворения самых разных запросов своих гостей. В гостиничном бизнесе это называется сервисом. Этот вид сервиса строится по принципам спроса и предложения. Технология предоставления дополнительных услуг в гостинице такова, что персонал ни в коем случае не навязывают, а предлагают новые услуги, а клиент, в свою очередь, выбирает, что ему нужно. Список этих услуг с ценами и часами работы предприятий, их оказывающих, здесь предоставляют клиентам при оформлении заселения, он есть в номере а также у администратора на этаже. Предприятиям индустрии гостеприимства необходимо стремиться, чтобы имеющиеся дополнительные услуги в гостиницах полностью удовлетворяли запросы клиентов. В отеле они должны иметь удобное для туристов расположение и оптимальные часы работы. Персонал этих предприятий работает с разными службами отеля в едином стремлении предоставлять свои услуги в лучшем качестве.

В первую очередь это услуги предприятий питания: ресторан, бар. Для этого предприятия важно, чтобы у клиента была возможность перекусить в любое время суток.

Услуги продуктовых и промышленных магазинов и сувенирных лавок. Транспортные включают в себя услуги бронирования билетов на все виды транспорта, заказ такси и любого автотранспорта, прокат автомобилей. Предприятия бытового обслуживания. Здесь очень большой перечень платных услуг. Во-первых, все связанное с ремонтом одежды, обуви, техники. Прокат от чайника до новейшей электроники и велотренажера. Хранение дорогих вещей. В распоряжении клиентов данного отеля баня, сауна, оздоровительный комплекс с бассейном и тренажерным залом. Предусмотрены дополнительные услуги для туристов, отдыхающих всей семьей. Они часто пользуются помощью няни, воспитателя, которые смогут общаться на родном для их детей языке. Предоставляют уход и присмотр за животными хозяевам, путешествующим со своими питомцами. Все для совмещения отдыха и деловых встреч.

Для деловых клиентов и бизнес-слетов в отеле предоставляют услуги конференц-залов, бизнес-центров, залов для переговоров. А вечером для них организовывают походы в театр или концертный зал.

Деятельность отеля «Триумф» достаточно эффективная. Об этом также говорят положительные отзывы гостей на сайте отеля.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Процесс обслуживания в гостиницах – это совокупность операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуг при реализации гостиничных услуг и организации досуга.

Гостиничная услуга – это действие (операция) предприятия по размещению потребителя путем предоставления номера (места) для временного проживания в гостинице, а также другая деятельность, связанная с размещением и временным проживанием.

Гостиничная услуга состоит из основных и дополнительных услуг, предлагаемых потребителю при размещении и проживании в гостинице. Основные услуги - это объем услуг гостиницы (проживание, питание), которые включены в цену номера (места) и предоставляются потребителю согласно заключенному договору;

Дополнительные услуги – это услуги, не относящиеся к основным услугам гостиницы, заказываются и оплачиваются потребителем дополнительно согласно отдельного договора (например, услуги автостоянки, прачечной, сауны и др.). Перечень услуг зависит от категории гостиницы. Не во всех гостиницах есть возможность организовать бытовое обслуживание гостей и предоставлять им полный перечень услуг. Но всюду должны стремиться к тому, чтобы набор услуг полностью отвечал запросам гостей. Перечень и качество предоставления платных дополнительных услуг должны соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории.

Отель «Триумф» обладает оптимальным набором основных и дополнительных услуг, о чём говорит его популярность среди деловых людей. В данном отеле очень хорошая загрузка, здесь часто проходят различные конференции, бизнес тренинги деловые встречи и т.д.

Городские отели обычно расположены в центре города или в зонах, удобных для целевых групп. Это одни из самых крупных групп отелей.

Они обслуживают в основном бизнесменов. Но, не смотря на это, многие туристские группы, туристы-индивидуалы, небольшие конференц-группы находят эти отели привлекательными. К услугам гостей в этих отелях относятся: газеты, утренний кофе, местная телефонная связь, кабельное телевидение и другое. Гости могут воспользоваться арендованной машиной, транспортом из аэропорта, обеденным залом и другое.

От места расположения предприятия зависит успех его работы. Рациональное размещение гостиничных предприятий создает удобства населению при организации деловых встреч, а также отдыха. Отель находится в центре Краснодар, в месте, где собирается большое количество деловых людей, что делает уместным открытие бизнес отеля в этом месте. Отель характеризуется высоким уровнем комфортности за счёт оборудования и удобной мебели, высоким качеством обслуживания посетителей.

Успешная деятельность отеля зависит от многих факторов, начинающихся от формулирования общей философии ведения этого бизнеса и, заканчивая контролем за тем, как эта философия реально претворяется в жизнь. Ожидания клиентов формируются  на основе уже имеющегося у них опыта, а также информации, получаемой по прямым (личным) или по массовым (неличным) каналам маркетинговых коммуникаций. Исходя из этого, потребители выбирают отель и после его посещения сравнивают свое представление о полученной услуге со своими ожиданиями.

В ходе выполнения работы была достигнута ее основная цель и решены все задачи, поставленные во введении. Качество обслуживания в отеле достаточно значимая часть его деятельности. Нельзя оставить без внимания особенность труда персонала ведь это повседневное общение с людьми.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

* + - 1. Арбузова Н.Ю. Организация обслуживания в гостиницах и туристических комплексах: учебник / Н.Ю. Арбузова. − Н. Новгород: Штрих, 2015.
			2. Аванесова, Г. А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: Учеб. пособие для вузов / Г.А. Аванесова − М. : Аспект Пресс, 2004
			3. Байлик, С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: Учеб. пособие / С. И. Байлик. − Киев: ВИРА−Р, 2002
			4. Балаева А.А. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития / А.А. Балаева. − Мировая экономика и международные отношения., 2016.
			5. Волков, Ю. Ф. Законодательные основы гостиничного сервиса: учебник / Ю.Ф. Волков. − Ростов н/Д: Феникс, 2003.
			6. Волков И.В. Гостиничное и ресторанное дело, туризм: учебное пособие / И.В. Волков. − СПб.: Питер, 2014.
			7. Дусенко С.В. Профессиональная этика и этикет: учебник / С.В. Дусенко − М.: Академия, 2015.
			8. Едронова В.Н., Овчаров А.О. Проблемы развития регионального туризма в контексте влияния экономических рисков: научная статья / В.Н. Едронова., А.О. Овчаров. − Региональная экономика, 2016.
			9. Ефимова О.П. Экономика гостиниц и ресторанов: учебник / О.П. Ефимова. − М: Новое знание, 2018.
			10. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие − 2−е изд. / Н.И. Кабушкин., Г.А. Бондаренко − Мн.: Новое знание, 2015.
			11. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: учебник / И.Ю. Ляпина − М.: ПрофОбрИздат, 2014.
			12. Матюхина Ю.А. Организация туристской индустрии: учебное пособие / Ю.А. Матюхина − М.: Альфа − М, Инфра − М, 2015.
			13. Миненкова В.В. Основы Гостиничного бизнеса: Учебно-методический комплекс. / В.В. Миненкова − Краснодар: Кубанский государственный университет, 2007.
			14. Отель «Триумф» [Электронный ресурс]: Официальный сайт гостиницы «Триумф» − Режим доступа: [www.hoteltriumph.ru//](http://www.hoteltriumph.ru//) − Дата обращения 10.03.19.
			15. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденные постановлением Правительства РФ от 09 октября 2015 г № 1085.
			16. Сенин, В. С. Гостиничный бизнес: Классификация гостиниц и других средств размещения: Учеб. пособие для вузов / В.С. Сенин, А.В. Денисенко. − М.: Финансы и статистика, 2004.
			17. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132 − ФЗ (с изменениями от 17.01.2007) [Электронный ресурс]: Профессиональные справочные системы ТЕХЭКСПЕРТ. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. – Режим доступа: Портал. – Дата обращения 20.03.19.