

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

Факультет «Сервис и туризм»

Кафедра «Международного туризма и туристского сервиса»

**«Рекомендовано к защите»
Заведующий кафедрой
«Международного туризма
и туристского сервиса»
к.э.н. Р.С.Амридинова**

**_____
Протокол № 10. От 26.05.2014 г.**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

***По образовательному направлению
5811700- Сервис туризма и гостиничного хозяйства***

**Студента группы ТМС-210 Бакаева Фархода на тему:
«Особенности организации гостиничных услуг в отеле
«Asia Samarkand»**

Научный руководитель доцент Х.М.Маматқулов

САМАРКАНД – 2014

СОДЕРЖАНИЕ:

	Введение.....	2
1- ГЛАВА.	ГОСТИНИЧНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОНЯТИЕ, КЛАССИФИКАЦИЯ И ТИПОЛОГИЯ.....	4
1.1	Гостиницы: понятие, характеристики и системы классификации.....	4
1.2	Классификация гостиниц по уровню комфорта.....	14
1.3.	Прочие классификации гостиничных предприятий.....	25
1.4.	Типология гостиниц.....	28
2- ГЛАВА	ГОСТИНИЧНЫЕ УСЛУГИ В СТРУКТУРЕ ТУРИСТСКОГО ОБЛУЖИВАНИЯ.....	36
2.1.	Понятие, особенности и характеристики гостиничных услуг.....	36
2.2.	Гостиничный продукт как комплекс услуг.....	45
2.3.	Основные виды оказываемых услуг в гостиничном хозяйства....	50
3- ГЛАВА.	ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В ОТЕЛЕ «ASIA SAMARKAND».....	58
3.1.	Общая характеристика отеля «Asia Samarkand».....	58
3.2.	Функции службы приема и размещения гостей в отеле «Asia Samarkand».....	60
3.3.	Бронирования мест и номеров в отеле «Asia Samarkand»	61
3.4.	Порядок регистрации и размещения гостей а также эксплуатации номерного фонда отеля «Asia Samarkand».....	64
3.5.	Услуги питания в отеле «Asia Samarkand».....	67
3.6.	Служба безопасности в гостинице «Asia Samarkand».....	69
	ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.....	71
	ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	72

ВВЕДЕНИЯ

Туризм является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики мирового хозяйства. В настоящее время в сфере международного туризма занято свыше 250 млн человек, т.е. каждый 16 работник в мире. На его долю приходится 7 % общего объема инвестиций, 11 % мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений и треть мировой торговли услугами. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы хозяйства мира, производство товаров народного потребления и многие другие, выступая катализатором социально-экономического развития. По прогнозам специалистов XXI век станет веком туризма.

Данная выбранная дипломной работы является актуальной, так как залогом достижения поставленных целей и задач гостиничного предприятия должно быть предоставление качественного обслуживания и его постоянное повышение, что будет способствовать не только росту спроса на услуги гостиничного предприятия, но и формированию его постоянной клиентской базы. Иными словами, в условиях современного состояния гостиничного рынка, жестокой конкуренции и экономического кризиса важным направлением деятельности предприятий индустрии гостеприимства является разработка обоснованных мероприятий по повышению качества обслуживания.

Цель исследования является разработка мероприятий по совершенствованию качества обслуживания для предприятия индустрии гостеприимства на примере гостиницы «Asia Samarkand».

Объектом исследования является четырех звездочная гостиница «Asia Samarkand».

Предметом исследования – изучение и анализ качества обслуживания, предлагаемое клиентам в гостинице «Asia Samarkand».

Цель, объект и предмет исследования обусловили постановки и решения следующих задач:

- изучить теоретические основы гостиничные предприятия: понятие классификация и типология;
- рассмотреть особенности гостиничные услуг и гостиничный продукт как комплекс услуг;
- провести анализ деятельности и качества обслуживания гостиницы «Asia Samarkand»;
- разработать мероприятия по совершенствованию качества обслуживания в гостинице «Asia Samarkand».

Практическая значимость квалификационной работы. Данная работа используется в учебном процессе как методическое пособие по предмету «Организация гостиничных услуг».

Теоретической основой исследования послужили работы зарубежных авторов в области гостиничной индустрии. В работы использованы статистические методы, методы анализа и синтеза, методы выборочного исследования и другие.

Структура работы. Работа состоит из 3-х глав, введения и заключения, использованная литература. Объем работы 72 стр. прилагается 3 таблице, 8 рисунков и 1 диаграмма.

ГЛАВА 1. ГОСТИНИЧНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОНЯТИЕ, КЛАССИФИКАЦИЯ И ТИПОЛОГИЯ

1.1. Гостиницы: понятие, характеристики и системы классификации

Гостиницы являются неотъемлемой частью туризма и входят в состав туристской индустрии. В соответствии с Законом Российской Федерации от 24 ноября 1996 г. № 1Э2-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», туристская индустрия представляет собой «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников».

При этом **гостиничная индустрия** представляет собой вид экономической деятельности, который включает предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и т. д. Гостиничную деятельность определяется как деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, обладающих или наделенных в установленном порядке имущественными правами на какое-либо коллективное средство размещения по непосредственному распоряжению и управлению им, для предоставления услуг размещения и обслуживания граждан, а также иная деятельность по организации и оказанию гостиничных услуг, включая их реализацию.

По определению ВТО, гостиница - это коллективное средство размещения, состоящее из определенного количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее набор услуг (минимум - заправку

постелей, уборку номера и санузла) и сгруппированное в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров.

Гостиницы обладают следующими признаками:

- состоят из номеров, число которых превышает определенный минимум, имеют единое руководство;
- предоставляют разнообразные гостиничные услуги, перечень которых не ограничивается ежедневной заправкой постелей, уборкой номера и санузла;
- сгруппированы в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами, имеющимся оборудованием и стандартами страны;
- не входят в категорию специализированных заведений;
- ориентированы на свой сегмент путешественников;
- могут быть независимыми или входить в специализированные объединения (цепи).

Все средства размещения классифицированы по отдельным группам. Группа «Гостиницы и аналогичные предприятия» включает гостиницы, гостиницы квартирного типа, мотели, придорожные и пляжные гостиницы, клубы с проживанием, пансионаты, меблированные комнаты, туристские общежития. Группа «Специализированные предприятия» состоит из санаториев, лагерей труда и отдыха, размещения в коллективных средствах транспорта (поездах, морских и речных судах и яхтах), а также конгресс-центрах. Группа «Прочие коллективные средства размещения» включает комплексы домов и бунгало, организованные в качестве жилища, предназначенного для отдыха, огороженные площадки для палаток, автоприцепов, домов на колесах, бухты для малых судов, а также молодежные общежития и т. д.

Аналогичные заведения включают пансионаты и меблированные комнаты, туристские общежития и другие средства размещения, которые

состоят из номеров, и предоставляют ограниченные гостиничные услуги, включая ежедневную заправку постелей, уборку номера и санузла. *Специализированные предприятия*, помимо предоставления услуг размещения, выполняют еще какую-либо другую специализированную функцию, например, организацию конференций, лечение и т. д. К числу предприятий данного вида относятся оздоровительные заведения, лагеря труда и отдыха, конгресс - центры и т. д.

Прочие коллективные средства размещения предоставляют ограниченные гостиничные услуги, исключая ежедневную заправку постелей и уборку жилых помещений. Они могут состоять не из номеров, а представлять собой единицы типа «жилище», «площадки для кемпинга» или «коллективные спальные помещения (общежития)».

К *индивидуальным средствам размещения* относятся собственные жилища - квартиры, виллы, особняки, коттеджи, используемые посетителями -резидентами (в том числе и апартаменты таймшера), комнаты, арендуемые у частных лиц или агентств, помещения, предоставляемые бесплатно родственниками и знакомыми.

Категоричность гостиницы, где будет размещен турист, должна быть указана на бланке туристской путевки, там же указывается и вид размещения: одноместный номер - ОДН (SGL); двухместный номер - ДВМ (DBL); трехместный номер - ТРМ (TRP); четырехместный номер - ЧТМ (QUATR) и т. д. Обозначения услуг размещения и питания, принятые в международной практике, представлены в табл. 5 приложения настоящего учебного пособия.

Таблица 1.

Стандартная классификация средств размещения туристов

1.	Коллективные средства размещения туристов
1.1.	Гостиницы и аналогичные средства размещения
1.1.1.	Гостиницы — объекты, состоящие из номеров, число которых превышает некоторый минимум (7-Ю), сгруппированные в классы и категории в соответствии с услугами и стандартами страны, имеющие единое руководство и предоставляющие разнообразные гостиничные услуги (отели, мотели, гостиницы квартирного типа, клубы-отели, пляжные и курортные гостиницы, пансионаты и т. д.) В публикуемых статистических данных имеются различия: а) по размеру: меньше 100 номеров, от 100 до 300 номеров, свыше 300 номеров; б) по уровню и качеству обслуживания и комфорту: отели класса «люкс», первого класса, эконом-класса; в) по управлению: независимые, принадлежащие цепям
1.1.2.	Аналогичные средства размещения (туристские общежития, меблированные комнаты и другие заведения, которые предоставляют ограниченные услуги, например, проживание, включая уборку номера)
1.2.	Специализированные заведения. Кроме услуг размещения выполняют еще какую-либо другую специализированную функцию
1.2.1	Оздоровительные заведения
1.2.2.	Лагеря труда и отдыха
1.2.3.	Общественные средства транспорта (поезда, морские и речные суда и т. д.)
1.2.4.	Конгресс-центры
1.3.	Прочие коллективные заведения
1.3.1.	Жилища, предназначенные для отдыха

1.3.2.	Кемпинги и др.
2.	Индивидуальные средства размещения
2.1.	Собственные жилища
2.2.	Арендуемые комнаты
2.3.	Арендуемые жилища
2.4.	Размещение у родственников и знакомых (бесплатно)
2.5.	Прочие

В международной практике принята *Стандартная классификация средств размещения туристов*, разработанная экспертами ВТО (табл. 3.1). В России на основе указанной выше классификации разработан ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования», введенный в действие в 1999 г. Приказом Ростуризма от 21 июля 2005 г. № 86 была принята «Система классификации гостиниц и других средств размещения».

По уровню услуг отели делятся на несколько типов, причем общей основной услугой является предоставление размещения, а все прочие так или иначе способствуют повышению качества этой основной услуги и могут предоставляться в том или ином наборе.

Отель «люкс»: 100-400 номеров; центр города; обслуживание на высоком уровне хорошо обученным персоналом, который выполняет различные пожелания клиентов; цена очень высокая; потребитель - руководители крупных организаций, профессионалы высокого уровня, участники конференций на высоком уровне; условия элитарные, дорогая отделка помещений.

Отель высокого класса: размер большой — 400-2000 номеров; в пределах города; широкий набор услуг, предоставляемый обученным персоналом; цена выше среднего; потребитель - бизнесмены, индивидуальные туристы, участники конференций; дорогая мебель и оборудование, большой холл, рестораны.

Отель среднего уровня: стремится максимально использовать современные технологии и снизить эксплуатационные расходы и, следовательно, цены, в том числе путем сокращения рабочей силы, и за счет автоматизации. Цены на среднем уровне по региону или несколько выше среднего.

Апарт-отель: 100-400 номеров; чаще всего самообслуживание; цена зависит от времени размещения; потребитель - бизнесмены и семейные туристы, останавливающиеся на длительный срок; условия аналогичны полностью меблированной квартире.

Отель экономического класса: гостиница с ограниченным набором услуг; 10-150 номеров; окраина или средняя часть города; ограниченное число персонала; цена невысокая, на 25-30% ниже средней по региону, из-за чего пользуются спросом; потребители - экономные туристы, не нуждающиеся в полном пансионе; условия - современный, хорошо оборудованный номерной фонд, но, как правило, питание в этих отелях не предоставляется.

По российскому стандарту гостиница классифицируется как предприятие временного проживания вместимостью не менее 10 номеров. Категоричность гостиниц обозначают символом * (звезда). Количество звезд увеличивается в соответствии с повышением качества обслуживания и оборудованием гостиницы. Для гостиниц установлены категории от одной до пяти звезд, для мотелей - от одной до четырех звезд. Классификация услуг проживания и терминология, представленные в нормативных документах России и Стандартной международной классификации видов деятельности в туризме (СИКТА), принятой Евростатом и ВТО, существенно отличаются.

В различных странах мира для обозначения категоричности гостиниц и других средств размещения применяются различные символы - от звезд во Франции и России до корон в Великобритании. Попытки введения унифицированной международной классификации гостиниц до настоящего

времени не увенчались успехом. Системы классификации средств размещения, принятые в различных странах, представлены в таблице 3.2.

В зависимости от размеров и видов жилых и служебных помещений, оборудования предприятий, уровня комфортности номеров и общественных помещений, предоставляемых услуг и других факторов, производится **классификация гостиниц по разрядам**. В зависимости от разрядности устанавливается оплата номеров и других услуг. В зарубежных странах действует около 30 классификаций гостиниц. Их можно разделить на две группы:

1) *«европейская» система*, на основе французской национальной классификации, распространенная в большинстве стран (разряд устанавливается присвоением определенного количества звезд - от одной до пяти);

2) *«балльная» или индийская система*, в основе которой лежит оценка гостиницы экспертной комиссией.

Гостиницы делятся на три категории: высший класс (люкс) - 4-5 звезд; туристский класс (средний) - 2-3 звезды; экономический класс - 1-2 звезды. Практически во всех классификациях оцениваются следующие основные параметры гостиницы: характеристика номерного фонда: площадь номеров, наличие коммунальных удобств в номерах и на этажах, комфортность номеров; оборудование и оформление интерьера; информационное обеспечение, в том числе связь; наличие лифта; характеристика общественных помещений; наличие и характеристика предприятий питания; обеспечение возможности дополнительных услуг бытового обслуживания и других; характеристики здания, подъездных путей, развитие инфраструктуры, обустройство прилегающей территории.

Различают большие и малые гостиницы. ВТО рекомендует считать малой гостиницей гостиницу с количеством номеров до 30. Другая точка зрения заключается в том, что малая гостиница - это такая гостиница,

которая может обслуживаться и управляться членами одной семьи. В большинстве своем малые гостиницы, как правило, независимые гостиницы, не входящие в гостиничные цепи.

Потребности в стандартах и контроле качества в индустрии гостеприимства особенно ощущаются в странах, которые находятся в стадии перехода к современному уровню туризма. Бурное развитие туризма, рост инвестиций в гостиничный бизнес, появление новых мест туризма привело к тому, что требуется более определенная классификация гостиниц и некий универсальный стандарт для путешественников и для туристского бизнеса.

Система универсальных стандартов до сих пор не существует, но с 1980 г. ощущается явная в ней потребность. Гостиничная индустрия, как и всякая другая индустрия сервиса, претерпела большие изменения во времена информатики и автоматизации. Теперь, когда туристы имеют большой доступ к информации, они становятся более требовательными к качеству предоставляемых услуг.

Система классификации для гостиниц должна удовлетворять нескольким целям:

1. *стандартизация*: установить, унифицированную систему качества услуг и продуктов, что поможет создать структурированную систему дистрибуции на туристском рынке;
2. *маркетинг*: давать советы путешественникам относительно класса и типа гостиниц в местах их пребывания, что создаст здоровую конкуренцию;
3. *защита потребителя*: удостовериться, что гостиница отвечает минимальным стандартам размещения и услуг в соответствии с ее классификацией;
4. *источник дохода*: получать доход от лицензирования, продажи справочников и др.,
5. *контроль*: обеспечить систему контроля общего качества индустрии.

На практике система гостиничной классификации работает хорошо, если она включает в себя следующие восемь элементов:

1. установка категорий («степени звездности»);
2. описание критериев для каждой категории;
3. условия для специальных видов размещения (например, мотели, дома для гостей, кондоминиумы и апартаменты);
5. установление методов проверки и классификации;
6. специальные стандарты по оценке кухни;
7. установка штрафов;
8. независимость системы классификации гостиниц от налоговой системы страны;
9. средства обращения к высшим инстанциям в случае споров.

Большинство систем классификации гостиниц базируются на критериях, которые включают все или некоторые из следующих элементов: размер, оборудование, персонал, цена, комфорт, удобства или красивый вид, качество услуг, кухня. Классификационные символы должны быть значимыми и простыми, особенно если их нужно показывать на названии гостиницы. Большинство систем использует звезды в качестве степени категории гостиницы.

При таком большом разнообразии гостиниц, не имея чутких измеримых стандартов, очень сложно определить, к какому конкретному классу относится определенная гостиница. Когда одновременно существуют официальная и коммерческая классификация гостиниц, может возникнуть проблема противоречия между категориями и классификациями гостиниц.

Коммерческая классификация в основном делает акцент на качестве услуг, еды, напитков и уровне комфорта. Государственная сертификация уделяет внимание физическим характеристикам здания и оборудования. Сложности в классификации гостиниц возникают, когда гостиница выходит на международный уровень.

В любой системе классификации присутствует некий субъективизм, так как каждая система имеет свои ограничения. Существует несколько проблем по достижению общей международной унифицированной системы. Во-первых, многие страны имеют свою хорошо разработанную систему классификации гостиниц, узнаваемую на своем рынке. Такие страны не проявляют большого желания вступать в единую систему классификации.

Во-вторых, возникает проблема создания единой терминологии и критериев - качественных и количественных, которые бы охватывали весь спектр типов гостиниц, их характеристик и стандартов, а также национальное законодательство каждой страны. В-третьих, даже если будет достигнуто соглашение о единой классификации гостиниц, возникнет проблема с расходами по обучению персонала и подготовке квалифицированных инспекторов для поддержания работы этой системы.

Как уже было сказано выше, существует множество систем классификации гостиничных предприятий. Обобщим всю имеющуюся информацию и представим основные системы классификации предприятий размещения, принятые в разных странах мира в таблице 2.

К гостинице любой категории может быть отнесено здание, имеющее не менее 10 номеров, в котором в течение суток должна быть холодная и горячая вода. Высшая категория гостиницы - категория «пять звезд». Средства размещения, не отвечающие требованиям к гостиницам категории «одна звезда», могут быть классифицированы как некатегорийные гостиницы. В большинстве стран предварительная классификация гостиницы является необходимым условием при получении лицензии на гостиничную деятельность.

Для защиты профессиональных интересов работников гостиничной индустрии в ряде стран образуют национальные гостиничные ассоциации (например, Российская гостиничная ассоциация - РГА), которые, в свою очередь, образовали Международную гостиничную ассоциацию (МГА),

являющуюся ведущей международной организацией гостиничной индустрии. Важным вкладом МГА в развитие международного туризма явилось принятие в 1981 г. *Международных гостиничных правил*, определяющих принципы взаимоотношений клиента и гостиничной администрации и не потерявших своей актуальности до настоящего времени.

1.2. Классификация гостиниц по уровню комфорта

В каждом государстве свои понятия о комфорте и гостеприимстве. Помимо этого каждая страна отличается определенными климатическими и культурным и условиями. Поэтому достаточно сложно принять единую классификацию гостиниц по уровню комфорта. В настоящее время их насчитывается более тридцати. Наиболее популярными из них являются звездная классификация, система букв (Греция), система корон и роз (Великобритания), система разрядов. Попытки ввести единые стандарты и требования к уровню комфорта всех гостиниц мира пока не привели к успеху.

Тем не менее с 30 ноября 1989 г. действует разработанный ВТО в Мадриде документ под названием «Межрегиональная гармонизация критериев гостиничной классификации на основе классификационных стандартов, одобренных региональными комиссиями», который носит рекомендательный характер. Согласно ему, гостиница любой категории должна отвечать требованиям безопасности и гигиены, обеспечивать круглосуточный сервис, неотложную медицинскую помощь, сохранность ценностей, стирку, почтовые услуги.

Уровень комфорта - показатель весьма субъективный и сложный для оценивания. Однако во многих странах мира приняты основные слагающие его критерии. К ним, в частности, относятся:

1. состояние номерного фонда: площадь номеров, структура номерного фонда, наличие коммунальных удобств и т. д.,

2. состояние мебели, инвентаря, предметов санитарно -гигиенического назначения;
3. наличие и состояние предприятий питания - кафе, ресторанов, бистро и т. д.,
4. состояние здания, подъездных путей, обустройство прилегающей к отелю территории;
5. информационное обеспечение и техническое оснащение, в том числе наличие современных средств связи, бытовой техники, мини - баров, сейфов и т. д.;
6. обеспечение возможности предоставления ряда дополнительных услуг.

Существующие системы классификации гостиниц по уровню комфорта можно условно объединить в четыре группы: европейская система, система звезд, базирующаяся на Французской национальной системе классификации и применяющаяся во Франции, Австрии, Венгрии, Египте, Китае и многих других странах;

1. система букв (А, В, С, D), используемая в Греции;
2. система «корон», применяемая в Великобритании.
3. система разрядов (люкс, высший А, высший Б, первый, второй, третий и четвертый), используемая на территории ряда стран СНГ

Следует сказать и о том, что наряду с государственными системами классификации предприятий размещения, существуют и классификации, которые разрабатываются и применяются крупными фирмами и компаниями, работающими в сфере гостиничного бизнеса. Такие классификации призваны упростить работу по сравнительному анализу большого массива отелей и сделать гостиничные справочники доступными для широкого круга потребителей.

Одну из таких классификаций предлагает авторитетная в гостиничном бизнесе фирма ВТИ (Business Travel International). Она издает ежегодный

справочник, указывающий стоимость размещения в гостиницах бизнес - класса различных стран. Согласно классификации ВТИ, все гостиницы подразделяются на 9 разрядов: 5 высших и 4 низших. Высшие разряды:

Superior Deluxe - исключительно отели класса люкс, предлагающие самый высокий стандарт проживания, услуг и удобств;

Deluxe — предоставляет аналогичные по характеру услуги, что и гостиницы класса Superior Deluxe, но без излишеств, а строго в соответствии с целью удовлетворения потребностей клиента;

Moderate Deluxe - гостиницы этого разряда не имеют такой высокой репутации, как предыдущие. В остальном основные характеристики схожи;

Superior First Class - гостиницы выше среднего класса;

First Class - комфортабельные гостиницы со стандартными номерами, местами для проведения общего досуга и стандартным набором удобств.

К низшим разрядам относят следующие классы: Moderate First Class, Superior Tourist Class, Tourist Class, Moderate Tourist Class.

ВТИ оговаривает, что данная классификация может отличаться от национальной системы классификации, а ее стандарт не соответствовать стандарту, принятому в той или иной стране. Для оценки класса гостиницы ВТИ приглашает независимых международных экспертов, и поэтому класс гостиницы, приведенный в справочнике фирмы, получает международное признание.

В мировой практике имеются случаи, когда в пределах одной страны существует несколько систем классификаций. В Великобритании наряду с системой «корон» используется классификация, предложенная *Ассоциацией британских турагентств*:

- бюджетные гостиницы - расположены в центральной части города и имеют минимум удобств;
- гостиницы туристского класса - в структуре обязательно наличие ресторана и бара;

- гостиницы среднего класса - уровень обслуживания достаточно высок;
- гостиницы первого класса - очень высокое качество комфорта и отличный уровень обслуживания;
- гостиницы высшей категории - уровень обслуживания и проживания экстра -класса.

В Великобритании реализуется и классификационная схема для широкого спектра

объектов размещения, включающего как роскошные отели, так и скромные фермерские домики на два номера, разработанная многопрофильной организацией АА (Automobile Association development Ltd). Классификационная система АА признана в национальном масштабе и гарантирует качество обслуживания в гостиницах, прошедших инспекцию специалистов АА и заслуживших право пользоваться ее эмблемой - черно-желтым знаком. Подтверждение категории гостиницы осуществляется ежегодно.

Все средства размещения в системе АА разделены на два класса: собственно отели и частные отели и пансионаты, фермерские дома, небольшие дорожные гостиницы. Отели в системе АА классифицируются от одной до пяти звезд. При этом оцениваются количество, качество предоставляемых услуг, вместимость номерного фонда (размер отеля).

Наиболее распространенной считается *Французская национальная классификация*, устанавливающая для туристских отелей шесть категорий, среди которых пять с присвоением определенного количества звезд (1*, 2*, 3*, 4* или 5*), одна категория без звезды. Такая система позволяет наиболее полно охватить рынок гостиничных услуг.

Ни одно гостиничное предприятие не может претендовать на присвоение категории, если оно не отвечает минимальным требованиям-критериям, объединенным в следующие группы: А - количество комнат; В -

общие помещения; С - оборудование отеля; D - комфортность жилья; E - обслуживание; F - доступность инвалидам и лицам с ограниченной подвижностью.

Согласно *Немецкой классификации*, гостиничные предприятия подразделяются на пять классов. С целью гармонизации с Европейской системой здесь сразу же предусматривается соответствие каждого класса определенному количеству звезд:

- туристский класс - *;
- стандартный класс - **;
- комфортный класс - ***;
- первый класс -****;
- люкс — *****

Немецкая классификация устанавливает требования по 22 обязательным и независимым от класса предприятий критериям. Объединим их в несколько основных групп:

- работа службы приема (рецепции);
- сервис завтраков, напитков, питания;
- наличие телефона, радио и ТВ -приемников в номере и их работа;
- минимальная площадь для 75% номеров;
- санитарный комфорт и состояние санузлов;
- наличие номеров-апартаментов; меблировка и оснащение номеров;
- услуги стирки и глажения;
- наличие сейфов, телефакса, подарков для гостей;
- количество и состояние холлов;
- возможность безналичного расчета.
- количество и режим работы гостиничных баров и ресторанов;
- возможность проведения конференций и банкетов;
- количество дополнительных услуг.

По последнему требованию установлено следующее число дополнительных услуг: для гостиниц класса люкс - 270, первого - 120, комфортного - 70, стандартного - 25, туристского - 0. Особенностью Немецкой классификации является то, что в ней предусмотрены категории и для таких типов гостиничных предприятий, как пансионы, гостинные дворы, отелигарни.

Попытки установить соответствие с системой «звезд» делаются и в других системах (букв, «корон», категорий). К примеру, в Греции гостиницы категории А соответствуют четырехзвездному уровню, В - трехзвездному, С - двухзвездному, D - однозвездному. В Италии первая категория условно соответствует уровню четырех звезд, вторая - трех, третья - двух. Для того чтобы гармонизировать систему «корон», используемую в Великобритании, с системой «звезд», необходимо от общего числа «корон» отнять одну «звезду» (например, уровень четырех «корон» равен уровню трех «звезд»).

Отели Австрии, например, оцениваются по «пятизвездной» системе, но в сельской местности встречаются так называемые «внекатегорийные гостиницы» - небольшие одно-, двух-, трехэтажные дома, зачастую обслуживаемые фермерской семьей. В большинстве австрийских трех-пятизвездных отелей располагаются бассейны, сауны, рестораны, буфеты, солярии. Надо учитывать, что, по сравнению с европейской системой, в Египте классификации гостиниц завышены на одну-две звезды.

В Китае для оценки средств размещения применяется «пятизвездная» система, хотя в стране существует и своя специфическая шкала, в соответствии с которой к наиболее простым средствам размещения относят «гостевые дома». Эти постоялые дворы, или хостелы, могут быть сравнимы со студенческими общежитиями. Более комфортабельными считаются «дома для гостей». По существу это гостиницы низшего уровня. К наиболее престижным средствам размещения можно отнести туристские гостиницы

(они соответствуют уровню трех- и четырехзвездочной категории) и «винные дома».

Все греческие гостиницы делятся на четыре категории: А, В, С, D. Они соответствуют четырех-, трех- и двухзвездочному уровню. В гостиницах категории С (двухзвездочных) предлагают минимальный набор услуг, и располагаются они не на берегу моря. Отели категории В почти всегда находятся на побережье.

В Италии отели различаются по трем категориям. Первая условно соответствует уровню четырехзвездочной гостиницы, вторая - трехзвездочной, третья - двухзвездочной. Кроме того, в рамках каждой категории существует своя градация. Итальянские гостиницы, как правило, небольшого размера (50-80 номеров). Маленькие гостиницы соответствуют двухзвездочному уровню, хотя на альпийских курортах встречаются отели, оснащенность и уровень обслуживания которых отвечают самым высоким требованиям.

Израиль располагает высококлассным курортно-гостиничным комплексом на берегах Средиземного и Красного морей. В трехзвездочных гостиницах, несмотря на некоторую скромность, клиенты имеют возможность получить набор услуг, необходимый для полноценного отдыха. Четырехзвездочные отели отличаются и большим комфортом, и лучшим местоположением, и более высоким уровнем обслуживания.

В Испании средства размещения подразделяются на гостиницы пяти категорий от одной до пяти звезд; дома гостиничного типа, бунгало и т. д.; четырех категорий от одной до четырех звезд; постоялые дворы трех категорий от одной до трех звезд; пансионы трех категорий. Кроме того, действуют государственные предприятия приема туристов. Обычно они расположены в живописных районах - там, где почти нет других возможностей для размещения приезжих. К ним относятся старые крепости, замки и дворцы, которые оборудованы как отели люкс.

Помимо «звездочек» существует альтернативная классификация гостиниц. Наибольшее распространение вторая система получила в США («звездных» гостиниц там почти нет), также и в других странах мира вы можете наряду с гостиницами, классифицированными по «звездам», увидеть и гостиницы с альтернативной системой классификации. Если со «звездами» россияне еще как-то знакомы, то во второй системе очень часто путаются.

Официальная система классификации американских гостиниц предполагает выделение следующих их категорий:

Superior Deluxe - эксклюзивная и дорогая шикарная гостиница, часто в виде дворца (palace), которая предлагает наивысший стандарт обслуживания, размещения и удобств, элегантные и изысканные общественные помещения, престижное место расположения. Гостиницы такой категории относятся к лучшим гостиницам в мире.

Deluxe - гостиницы такого класса очень похожи на гостиницы класса Superior Deluxe, но с той разницей, что они не такие огромные и у них более разумные цены. Гостиницу такого класса можно спокойно рекомендовать даже очень требовательным к сервису клиентам.

Moderate Deluxe - гостиницы данного типа очень похожи на предыдущий класс, но с некоторыми недостатками. В некоторых случаях там не такое шикарное внешнее убранство, как в Deluxe.

Superior First Class — гостиница выше среднего класса, которая может быть исключительно хорошо отреставрированным старым отелем, но чаще — это хороший современный отель, специально спроектированный для первого класса и имеющий некоторые хорошие качественные особенности. Комнаты и общественные места обставлены со вкусом и очень комфортабельны. Гостиницу такого класса чаще всего рекомендуют клиентам высших слоев среднего класса; также такая гостиница вполне может удовлетворить запросы весьма требовательных клиентов.

First Class - комфортабельная гостиница со стандартными номерами, развлечениями и общественными помещениями, которая может иметь целый уровень или крыло с люксами. Чаще всего гостиницы такого класса предлагают клиентам средних запросов. Кроме того, подобные гостиницы подойдут для групповых туров.

Limited-Service First Class - гостиницы, предлагающие качество First Class, но с ограничениями в дополнительных удобствах, услугах (например, отсутствие круглосуточного румсервиса) и общественных мест. Часто проводят завтраки в маленьком, неформальном ресторанчике в гостинице, а вечерние коктейли - в холле отеля. Полноценное питание (обед и ужин) могут не предоставляться вообще. Такими гостиницами пользуются для индивидуальных командировок или при самоорганизованных индивидуальных поездках.

Moderate First Class - гостиницы первого класса (First Class), с комфортабельными, но простенькими номерами и общественными помещениями. Может не быть некоторых удобств (к примеру, ресторана). Наилучшим образом такие гостиницы подходят для клиентов, желающих сэкономить.

Superior Tourist Class - изначально это пансион, но в хорошем состоянии, номера очень функциональны. Все необходимые удобства, скромно и аккуратно обставлены, хотя некоторые могут отвечать стандартам первого класса. Общественные помещения могут быть очень маленькими или вообще не существовать, часто просто в виде прохода или коридора, но приятно оформленные. Обычно имеют много клиентов и могут удовлетворить запросы самостоятельно путешествующих туристов.

Tourist Class - заведения пансионного типа, которые рекомендуются для клиентов с очень скромными требованиями к комфорту и обслуживанию. Все минимальные удобства в номерах есть.

Moderate Tourist Class - малобюджетный пансион, часто достаточно старый и не в очень хорошем состоянии. Предоставляются клиентам только в случаях крайней необходимости, когда ничего другого нет. Клиенты обязательно должны быть предупреждены, чего можно ожидать и чего там не будет. Минимальные удобства (туалет, душ, умывальник) в номерах есть.

Собственный подход к классификации гостиниц имеют *гостиничные цепи*. Обычно в них выделяются не категории, а марки, распространяющиеся на все гостиницы конкретной цепи. В каждой марке может учитываться не только уровень комфорта, но и назначение, месторасположение и некоторые другие критерии.

Например, крупнейшая европейская гостиничная цепь Ассог (Франция) предлагает несколько марок предприятий, располагающих разнообразной палитрой услуг и цен:

- Sofitel;
- Novotel;
- Mercury, которая, в свою очередь, по уровню комфорта и цен подразделяется еще на три группы: Relais Inn - предлагает стандартные номера, качественное обслуживание по умеренным ценам; Hotel Mercury - услуги более высокого уровня, индивидуальное обслуживание, комфортабельное размещение; Grand Hotel - прекрасное расположение гостиницы, изысканный комфорт и высокий уровень обслуживания круглосуточно;

- Ibis;
- Etap;
- Formule 1.

Крупнейшая американская гостиничная цепь Holiday Inn при выделении марок учитывает не только уровень комфорта, но и назначение, месторасположение, длительность пребывания клиентов и некоторые другие критерии. Она включает следующие марки:

- Holiday Inn hotels resorts - отели курортного типа, расположенные вне городских и промышленных зон, вблизи морского побережья или озер, в горах или лесу. Располагают всем необходимым для активного отдыха: бассейнами, саунами, теннисными кортами и различным спортивным инвентарем. Это самая распространенная торговая марка цепи;
- Holiday Inn Garden Court hotels - гостиницы экономического класса для деловых людей. Чаще всего располагаются вблизи аэропортов и крупных торговых бизнес -центров;
- Holiday Inn Express hotels - гостиницы с номерами квартирного типа (апарт -отели);
- Holiday Inn Select hotels - отели для деловых людей с полным набором услуг;
- Holiday Inn Hotels Suites - отели, рассчитанные на бизнесменов, предпочитающих иметь домашний комфорт в условиях длительного проживания в отеле.

Лучшая гостиничная цепь Великобритании Forte Hotel Group предлагает четыре дифференцированные торговые марки гостиничных предприятий.

1. Le Meridian Hotels & resorts - отели класса deluxe (выше категории люкс), расположенные в крупнейших городах и на курортах. Архитектурное решение предприятий этой марки выдержано в классическом европейском стиле с индивидуальными особенностями, учитывающими местные традиции. Предоставляется высокий уровень обслуживания. Клиентами в большинстве случаев являются представители бизнес-, конгрессного и инсентив-туризма. В Le Meridian входит московская гостиница «Националь» на правах ассоциированного члена.

2. Pothouse - среднебюджетные гостиницы. Предлагают стандартный набор услуг. Обеспечиваются необходимые условия для отдыха и работы, проведения конференций и симпозиумов. Около 50% предприятий этой

марки имеют оздоровительные центры с бесплатными услугами для проживающих.

3. Heritage Hotels - уникальная торговая марка, часто называемая «жемчужиной Forte». Отели, объединенные под этой маркой, представляют большую историческую ценность. Практически все предприятия данной марки находятся в зонах повышенной туристской активности и в небольших, имеющих многовековую культуру городках Англии и Шотландии, центральной части и вдоль побережья Великобритании. Например, эту марку носит старейший отель Англии «The Bear», построенный в окрестностях Оксфорда еще в XIII в.

4. Travelodge - гостиницы этой группы имеют в среднем от 85 до 200 гостевых комнат, рассчитанных на путешественников и бизнесменов, избравших эконом -класс, расположены вблизи автомагистралей и транспортных узлов.

1.3. Прочие классификации гостиничных предприятий

Гостиничные предприятия классифицируют по самым различным критериям. Наиболее часто применяются следующие:

- месторасположение;
- продолжительность работы;
- обеспечение питанием;
- продолжительность пребывания;
- уровень цен;
- уровень комфорта;
- вместимость номерного фонда;
- функциональное назначение.

Ю. Ф. Волков¹ выделяет ряд классификационных признаков, по которым выделяются различные разновидности гостиниц. Данная классификация гостиниц приводится ниже со значительными сокращениями и поправками на авторское восприятие. Типы и характеристика основных предприятий размещения приведены в табл. 5 приложения.

По *расположению на территории* определенной местности гостиницы делятся на: расположенные в городе (в центре, на окраине); расположенные в сельской местности (в том числе и высокогорной). По *месту расположения* также можно выделить следующие виды гостиниц: гостиницы в центре города; придорожные, как правило, малой этажности с открытыми автостоянками; гостиницы в окрестностях города и в аэропортах; плавучие отели - плавсредства, оборудованные под гостиницы, для размещения и отдыха туристов у берега моря, реки или озера. Среди специалистов гостиничного бизнеса чаще всего рассматриваются пять местоположений отеля: 1) центр города; 2) аэропорт ; 3) пригород; 4) курорт; 5) автомагистраль.

Емкость номерного фонда. Вместимость гостиницы определяется числом постоянных спальных мест. Классификация гостиниц по вместимости в различных странах различна. Например, в Швейцарии и Австрии гостиницы, имеющие менее 100 мест, считаются малыми, 100-200 мест - средними, более 200 мест - крупными; в Чехии до 120 мест - малыми, до 500 мест - средними, свыше 500 мест - большими; в США до 100 номеров - малыми, до 500 номеров - средними, свыше 500 - крупными.

В нашей стране нет официальной классификации гостиниц по их емкости, в связи с чем предлагается их группировка: до 150 мест (не более 100 номеров) - гостиницы малой вместимости, от 150 до 400 мест (до 300 номеров) - средней вместимости, более 400 мест (свыше 300 номеров) -

¹ Волков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2003.

большой вместимости. Мировой гостиничный номерной фонд в основном размещен в малых и средних гостиницах.

По *уровню цен*, устанавливаемых на основные платные услуги, предоставляемые в номерном фонде, гостиницы подразделяются на: бюджетные (\$25 -35); экономические (\$35-55); средние (\$55-95); первоклассные (\$95-195); апартаменты (\$65-125); люкс-отели или фешенебельные (\$125-525 и выше).

По *продолжительности пребывания клиентуры* различают гостиницы: для длительного пребывания клиентов; для кратковременного пребывания. По *продолжительности функционирования* в течение года гостиницы подразделяются на: работающие круглогодично; работающие в сезон (летом, зимой). По *способу предоставления питания* проживающим в гостиницах клиентам они делятся на: обеспечивающие полный пансион; предоставляющие только завтрак; не предлагающие питания (как правило, ввиду отсутствия ресторана или иного предприятия).

Этажность. Мировая практика показывает, что гостиницы строят от 1 - 2 до 40 этажей и более. Наиболее распространенная этажность вновь строящихся гостиниц: в России - 5-16 этажей; в Чехии - 8-14 этажей; в Венгрии в небольших городах - 4-5 этажей, в более крупных и на курортах — 6-11 этажей; в Германии - 8-10 этажей; в Великобритании - 10-15 этажей. Здания гостиниц по этажности разделены на следующие группы: малоэтажные (1 -2 этажа); средней этажности (3 -5 этажей); повышенной этажности (6 -9 этажей); многоэтажные (1 категории - 10-16 этажей; 2 категории - 17-25 этажей; 3 категории - 26-40 этажей); высотные здания (более 40 этажей).

Уровень комфорта гостиниц определяется техническим оснащением, составом и качеством номерного фонда, набором предоставляемых услуг. Классификация гостиниц по уровню комфорта имеется в большинстве стран. В подходе к этой классификации за рубежом в настоящее время существует

два основных направления. Одно отдает предпочтение так называемым «статическим» признакам, то есть твердо установленному процентному соотношению номеров с ванной и санузлом, определенному соотношению между вместимостью гостиниц и численностью обслуживающего персонала и т. д.

Другое направление отдает предпочтение «динамическим» факторам, то есть службе сервиса. Его сторонники считают, что жесткие соотношения в средствах размещения без должного уровня обслуживания не обеспечивают правильной картины фактического качественного стандарта гостиницы. К этому направлению относится классификация гостиниц в Швейцарии.

По уровню, ассортименту и стоимости услуг гостиницы делятся на несколько типов: дешевые отели или отели с ограниченным сервисом, которые предлагают минимум услуг (наличие предприятий питания при таких гостиницах не обязательно); отели «люкс» - построены по индивидуальным проектам, отличаются высококачественной мебелью, хорошо оборудованными помещениями и укомплектовываются, как правило, обслуживающим персоналом большего количества по отношению к числу номеров в них. Гостиницы можно классифицировать также и *по форме собственности*, выделяя муниципальные, государственные, частные и арендованные гостиницы.

1.4. Типология гостиниц

Отели «люкс». Отели «люкс» - это новейший, быстро развивающийся сегмент гостиничного хозяйства. По вместимости относятся к малым или средним предприятиям. Обычно располагаются в центре города. Хорошо обученный персонал обеспечивает высокий уровень сервиса самым требовательным клиентам, которыми являются участники конференций, деловых встреч, бизнесмены, высокооплачиваемые профессионалы.

Характерна высокая цена номера, включающая всевозможные виды обслуживания.

В этих гостиницах номера имеют несколько комнат: гостиную и изолированную спальню. В некоторых номерах «люкс» есть кухня с холодильником и встроенным мини-баром. В этих отелях, как правило, меньше площади отводится под общественные залы и холлы. Такие отели также рассчитаны на людей, которые пользуются номером «люкс» как местом временного проживания и наслаждаются домашним комфортом вне дома. Семьи, приезжающие в отпуск, находят такое место проживания на отдыхе очень удобным.

Коммерческие отели (бизнес-отели). Современные коммерческие отели обычно расположены в центре города или в его деловом районе - в зонах, удобных для целевых групп. Это самая крупная группа отелей. Она обслуживает в основном бизнесменов. Но, несмотря на это, многие туристские группы, туристы-индивидуалы, небольшие конференц-группы находят эти отели привлекательными. К услугам гостей в этих отелях - газеты, утренний кофе, местная телефонная связь, кабельное телевидение и др. Гости могут воспользоваться арендованной машиной, транспортом из аэропорта, кафетерием, обеденным залом и др. Большинство коммерческих отелей располагают конференц-залами, номерами «люкс» и банкетными залами.

Гостиницы среднего класса. По вместимости они больше отеля люкс и рассчитаны на 400-2000 мест. Чаще всего они располагаются в центре города или городской черте. Предлагают достаточно широкий набор услуг, и цены в них равны уровню региона расположения или несколько выше. Гостиницы такого типа рассчитаны на прием бизнесменов, туристов-индивидуалов, участников форумов, конференций, конгрессов, симпозиумов. В таких гостиницах обычно предлагается широкий выбор вариантов размещения - от номеров «люкс» и апартаментов до 2-3-местных номеров.

Апарт-отели. По вместимости это предприятие малых или средних размеров - до 400 мест. Апарт-отели чаще всего характерны для крупных городов с непостоянным населением и представляют квартирный тип номеров, используемых в качестве временного проживания на условиях самообслуживания. Цена в данном типе гостиниц варьируется в широких пределах и зависит от качества и сроков размещения. Апарт-отели обслуживают преимущественно семейных туристов и бизнесменов, а также командированных работников на длительный срок.

Сюит-отели. Отели такого типа совсем недавно появились на мировом гостиничном рынке и являются своеобразной разновидностью апарт-отелей. Отличие между ними состоит в том, что апартаменты имеют кухонное оборудование, а сюит -отели нет. Отдельные предприятия предлагают услуги питания, которые могут включаться или не включаться в стоимость проживания. Сюит-отели предоставляют номера, состоящие из гостиной и спальни. Количество и площадь помещений общего назначения сокращены до минимума, равно как и ограничен набор дополнительных услуг. Клиентами таких отелей являются семейные туристы, бизнесмены, профессионалы, командированные работники.

Гостиницы экономического класса. Предприятие малой или средней вместимости - до 150 и более мест, которое часто располагается вблизи крупных транспортных магистралей и предлагает простое и быстрое обслуживание, ограниченный набор дополнительных услуг. Основными потребителями подобных услуг являются туристы-индивидуалы, стесненные в средствах и желающие получить только услугу размещения. Такие гостиницы чаще всего имеют в своей структуре 2-4-местные и многоместные номера.

Отель-курорт. Предприятия такого типа располагаются в основном в рамках курортов и курортных местностей. Они характеризуются большими различиями по показателю вместимости - от 100 до 3000-5000 мест. Такие

отели предлагают своим постояльцам полный пакет различных услуг. Специфика подобных отелей определяется специализацией курорта или курортной местности; в их структуре располагаются медицинские отделения и кабинеты, которые ориентированы на предоставление различных медицинских и диагностических услуг. Питание в отелях данного типа часто организуется в форме диетических столов.

Многие гостиницы предлагают широкий спектр услуг для активной деятельности гостей: танцы, гольф, теннис, верховая езда, походы на природу, катание на лыжах, плавание. Отличает эти отели и особая комфортная и расслабляющая атмосфера, царящая в них. Подобные отели рассчитаны на постоянных клиентов, приезжающих сюда на отдых из года в год, а также на их положительные отзывы и рекомендации своим друзьям и знакомым.

Мотели. Мотель - предприятие, обслуживающее в основном гостей, прибывших на автомобиле. Мотели предоставляют парковку для автомобилей гостей рядом с гостиницей. Мотели могут располагаться в любом месте, но обычно их можно встретить на окраине города или вдоль шоссе. Большинство мотелей - двухэтажные, построены в районе основных магистралей. Для них характерен средний уровень обслуживания при небольшом количестве персонала. Вместимость мотелей чаще всего небольшая - не превышает 100-300 мест.

Отели вблизи аэропортов. Авиаперелеты способствовали росту спроса на гостиницы вблизи аэропортов, особенно международных. Эти гостиницы отличаются от других по количеству номеров и уровню сервиса. Типичные целевые рынки для этих отелей: бизнесмены, авиапассажиры, вынужденные из-за задержки рейса остаться в аэропорту, а также персонал авиалиний. Эти отели обычно располагают специальными лимузинами для трансфера гостей из аэропорта в гостиницу и назад. Почти во всех аэропортах развешаны рекламные щиты с номерами телефонов близлежащих отелей, которые

располагают возможностями для проведения конференций. Такие гостиницы не предлагают широкого спектра дополнительных услуг.

Отели для постоянного места жительства. Эти отели рассчитаны на гостей, практически постоянно проживающих в них. В основном это одинокие люди. Как правило, подобные отели распространены в США и обслуживают гостей, которые могут позволить себе ограниченный гостиничный сервис каждый день. Такие отели вытесняются отелями «люкс» и отелями-кондоминиумами. Обстановка номера в таком отеле - это гостиная, спальня и маленькая кухня. К услугам гостей - ежедневная уборка, телефон, услуги контактной службы и другой гостиничный сервис. При отеле могут быть ресторан и зал для отдыха. В отелях для постоянного проживания могут останавливаться и транзитные гости.

Частные гостиницы типа «ночлег и завтрак». Дешевый гостиничный продукт, который организуется владельцем гостиницы, тут же и проживающим. Это могут быть небольшие дома, где расположено несколько номеров или небольшие коммерческие здания (от 20 до 30 номеров). Обязательный завтрак варьируется от легкого континентального до полноценного обеда. Иногда гостиницы предлагают лишь ночлег и завтрак. Все остальные виды сервиса и рекреационные возможности отсутствуют. Этим объясняется низкая цена проживания в подобной гостинице. Такие гостиницы популярны из-за личной привязанности гостей к хозяину. Они располагаются в пригороде и сельской местности и имеют крайне малую вместимость - не более 50 человек.

Отели-гарни. Данный тип отелей похож на предыдущий тип предприятий размещения. В таких отелях предполагается весьма ограниченный набор услуг - размещение и континентальный завтрак. Отели такого типа чаще всего располагаются за пределами или в пригородах городов, вдоль крупных автомагистралей и имеют весьма различную вместимость и предлагают дешевое обслуживание. Характер обслуживания и

расположения таких отелей предопределяются сегментом, на обслуживание которых они рассчитаны - в основном это транзитные пассажиры и туристы, путешествующие по Европе на автобусах (в рамках автобусных туров).

Таймшерные отели. Другой расширяющийся сегмент гостиничной индустрии - таймшерные отели. Индивидуалы покупают право владения частью помещения на какой-то срок (от одной до двух недель в год). Так как помещение функционирует в основном как отель, то путешественники, арендующие помещения, могут и не осознавать, что это в действительности часть таймшерного отеля. Эти отели становятся особенно популярными в курортных зонах. Владельцы часто не могут себе позволить совладение отелем в течение всего года, поэтому являются таковыми лишь несколько недель в году. Их вместимость составляет обычно от 50 до 250 номеров. Представляется полный набор обслуживания по завышенным ценам.

Отели-кондоминиумы. Они похожи на таймшерные. Разница между ними заключается в форме собственности. Помещения в отелях-кондоминиумах могут передаваться во владение лишь одному хозяину, в то время как у таймшерного отеля может

К целевым гостиницам относятся гостиницы делового назначения и гостиницы для отдыха (курортные, туристские). 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.

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.

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

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.

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

Гостиницы делового назначения 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.

Курортные гостиницы предусматривают предоставление услуг размещения, диетического питания и лечебно-оздоровительных программ, расположены на территориях, предоставляющих возможности для отдыха, оздоровления и лечения в естественных климатических и природных условиях. В структуре курортных гостиниц обязательно должны быть медицинские услуги, диетическое питание, условия для занятия спортом. Основная проблема таких отелей - это сезонность спроса.

Туристские гостиницы, как правило, располагаются на туристских маршрутах. Комплекс услуг формируется в соответствии с программой маршрута и заранее определяется путевкой. В СССР туристские гостиницы были развиты достаточно хорошо. В настоящее время многие туристские гостиницы, базы и кемпинги возрождаются, строятся современные туристские отели. Наиболее часто встречаются туристские гостиницы, ориентированные на прием туристов для занятий спортом, - туристско-спортивные гостиницы.

ГЛАВА 2. ГОСТИНИЧНЫЕ УСЛУГИ В СТРУКТУРЕ ТУРИСТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

2.1. Понятие, особенности и характеристики гостиничных услуг

Перед тем как приступить к рассмотрению гостиничных услуг, необходимо вспомнить, что же такое «услуга», а также выделить характеристики, которыми обладают все услуги. Большая Советская Энциклопедия определяет услугу как труд, направленный непосредственно на удовлетворение потребностей определенной личности – индивидуального заказчика, клиента, потребителя данной услуги.

По определению известного американского специалиста по маркетингу Ф. Котлера, услуга – это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой, и которые в основном неосвязаемы. Производство услуги может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде. Услуга – это целесообразная трудовая деятельность, результат которой выражается в удовлетворении каких – либо потребностей человека. Особенность услуги заключается в том, что она может быть представлена в вещной форме либо в процессе функционирования живого труда.

Развернутое определение понятия «услуга» можно сформулировать следующим образом: «услугой следует считать часть непроизводственной или материально-производственной деятельности, которая заключается в полезном действии в оказании материальных услуг, включающих производство продукции и ее ремонт, либо заключается в удовлетворении непроизводственных личных потребностей населения (в том числе духовных и эстетических)».

В России с июля 1994 года впервые был введен в действие ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения». В соответствии с этим документом, под услугой понимается результат непосредственного

взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

По функциональному назначению услуги, оказываемые населению, подразделяются на материальные и социально-культурные.

Материальная услуга - это услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг. Материальная услуга обеспечивает восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказам граждан, а также перемещение грузов и людей; создание условий для потребления. В частности, к материальным услугам могут быть отнесены бытовые услуги, связанные с ремонтом и изготовлением изделий, жилищно-коммунальные услуги, услуги общественного питания, услуги транспорта и др.

Социально культурная услуг - это услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя. Социально-культурная услуга обеспечивает поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства. К социально-культурным услугам могут быть отнесены медицинские услуги, услуги культуры, туристские услуги, образовательные услуги и др. Таким образом, стандарт позволяет определить место туристских услуг среди многообразия услуг, оказываемых населению, и относит их к социально -культурным услугам.

Все услуги, как материальные, так и социально-культурные, обладают пятью фундаментальными характеристиками. Особенности влияния выделенных характеристик услуг на деятельность предприятий сферы сервиса представим в виде таблицы 2.1.

Таблица 2.

Основные характеристики услуг

Характеристики услуг	Особенности деятельности предприятий сервиса
Неосязаемость	Отсутствие товара; услуга является действием или опытом
	Трудности в предоставлении стандартных образцов; приобретение услуг связано с риском для клиента, так как услугу нельзя продемонстрировать
	Отсутствие патентной системы: свободный вход на рынок конкурентов
Неотделимость предоставления услуг от потребителя	Потребители участвуют в процессе предоставления услуг
	Вовлечение в процесс услуг групп потребителей. Проблема контроля качества услуг
	Фирму, оказывающую услуги, представляет ее персонал. Восприятие фирмы зависит от отношения к клиенту ее сотрудников
	Условия обслуживания — главная отличительная черта фирмы
	Трудности с расширением фирмы связаны с необходимостью организации сети предприятий
Гетерогенность	Стандартизация услуг затруднена, поскольку их характеристики во многом определяются потребителями
	Проблема контроля качества обслуживания: разнородность условий обслуживания
Несохраняемость	Услуги нельзя хранить: отсутствуют товарные запасы

	Проблемы, связанные с пиковой нагрузкой; низкая эффективность труда
	Трудности с установлением цен на услуги: проблемы с ценообразованием
Отсутствие права собственности на услуги	Клиенты не могут владеть услугой — обслуживание аналогично аренде

Особенности деятельности организации сферы сервиса определяются особенностями оказания услуг, а именно: наличием индивидуального заказчика; локальным характером производства услуги; разнообразными технологическими процессами; сезонным характером услуг; совмещением производства и продажи услуг; качеством обслуживания; срочностью услуг и их невзаимозаменяемостью.

Согласно принятой в нашей стране классификации, услуги по функциональному назначению делятся на четыре группы: 1) ремонт и восстановление потребительных стоимостей (товаров и услуг); 2) изготовление на заказ новых потребительных стоимостей; 3) услуги по созданию удобств в работе, жизни и быту людей; 4) информационные услуги.

Также было выделено 12 основных групп услуг:

- жилищное и коммунальное обслуживание;
- розничная торговля;
- общественное питание;
- бытовое обслуживание;
- общее образование и воспитание;
- медицинское обслуживание;
- социальное обеспечение и обслуживание;

- обслуживание культурных потребностей;
- рекреационное обслуживание (услуги туризма и отдыха);
- кредитно-страховое обслуживание;
- охрана имущества и прав граждан;
- услуги связи и пассажирского транспорта.

Эти группы образуют четыре большие сферы услуг: сферу коммунально-бытового обслуживания; сферу сохранения и восстановления здоровья; сферу управления, регулирования и обмена; сферу культурно-просветительских услуг. По мнению Н. Б. Щениковой², индустрию сервиса можно представить как производную пяти составляющих:

- технический сервис;
- технологический сервис;
- информационный сервис;
- транспортно-коммуникационный сервис;
- социально-культурный или гуманитарный сервис.

Технический сервис связан с удовлетворением потребностей человека в различных видах техники, обеспечивающей должный уровень качества жизни в соответствии с современными стандартами. Сервис этого типа обеспечивается такими техническими средствами, как оборудование для приготовления пищи, бельеобрабатывающие агрегаты, воздухо- и водоочистители, средства для хранения пищи, теле радио- и видеотехника, компьютерные устройства.

Технологический сервис - удовлетворение различных потребностей человека (одежда, жилище, питание, восстановление здоровья) с помощью современных технологий в условиях мелких производств и быта. Это требует применения современных технологий производства из текстиля, кожи,

² Щеникова Н.Б. Основы туризма и индустрии гостеприимства. – Владивосток: ВГУЭиС, 2002

древесины, металла и других материалов, а также специальных технологий, использующих достижения химии, биологии и т. д.

Информационный сервис. Мировые тенденции указывают на возрастание роли информации во всех сферах жизни общества. Широчайшее развитие получают различные типы информационных систем, методов сбора, обобщения, анализа информации, ее использования обществом в целом, группами людей и отдельными людьми.

Транспортно-коммуникационный сервис. В отличие от информационной потребности, коммуникационная потребность заключается не столько в получении, сколько в целенаправленном обмене информацией, носящем, чаще всего, диалоговый характер, либо в виде общения по желанию обеих сторон в любое удобное для них время. Техническими средствами общения служат транспорт, почтовая связь, электронная связь.

Социально-культурный (гуманитарный) сервис представляет собой широкий круг услуг в области организации проведения свободного времени населения: развлечения, туризм, гостиничное и ресторанное обслуживание, театры, музеи, тематические парки, кинематограф. Одновременно с этим начинают развиваться и такие виды сервисной деятельности, как образование на дому, культурно -развлекательные, ритуальные, социально-правовые, просветительские, социально-медицинские, санаторно-лечебные.

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает в себя предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и т. д. К этой деятельности относятся и услуги ресторанов. На гостиничные услуги распространяются все основные характеристики, что в определенной степени роднит их с туристскими услугами и услугами вообще. Но они имеют и свою специфику.

Важнейшие специфические черты гостиничных услуг определяются Т. И. Черняевой и М. С. Отнюковой³.

Неодновременность процессов производства и потребления. 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, уборка и подготовка номера к продаже не совпадают по месту и времени с моментом продажи номера в службе reception и непосредственным заселением клиента.

Ограниченная возможность хранения. Комплекс гостиничных услуг не может быть сохранен для дальнейшей продажи. Если на текущие сутки гостиничный номер остается непроданным, то его невозможно продать дополнительно за эти сутки. Все убытки и упущенная выгода ложатся в данном случае либо на отель, либо на туроператора, забронировавшего блок номеров и отказавшегося от всего блока или его части в силу различных обстоятельств.

Срочный характер гостиничных услуг. Специфика гостиничных предприятий состоит в том, что обслуживание клиентов должно происходить быстро. Данный фактор является наиболее значимым при выборе гостиницы. Время предоставления ряда гостиничных услуг измеряется даже секундами. В частности, самое быстрое обслуживание предлагает гостиница в городе Токио, в которой максимальное время, необходимое для обслуживания гостя на приеме, ограничено 45 секундами. В большинстве других гостиниц на

³ Приводятся в авторской обработке по: Черняева Т. И., Отнюкова М. С. Введение в специальность. Общие основы курса. - Саратов: СГТУ, 2005.

совершение аналогичных операций затрачивается 10-15 минут. В российских гостиницах можно затратить на те же процедуры до 30 -40 минут и более.

Широкое участие персонала в производственном процессе. Важной особенностью гостиничных услуг является широкое участие людей в производственном процессе. Человеческий фактор и его значительное влияние приводит к изменчивости качества услуг, их неповторимости даже в рамках одного и того же предприятия. В связи с этим разработаны и совершенствуются **стандарты обслуживания** - комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций.

Стандарт определяет критерии, по которым оцениваются уровень обслуживания клиентов и деятельность персонала любой службы гостиничного предприятия. К таким критериям, например, могут относиться следующие: время ответа на звонок о получении информации или бронировании; время оформления в службе размещения; время, затрачиваемое на оказание конкретной услуги; внешний вид и наличие униформы; знание иностранных языков обслуживающим персоналом.

Сезонный характер спроса на гостиничные услуги. Для рынка гостиничных услуг характерно колебание спроса в зависимости от времени года, так как большинство туристов отдыхают в летние месяцы, а также дней недели - деловые туристы размещаются в гостинице в будни, что в значительной степени влияет на загрузку гостиниц.

Взаимозависимость гостиничных услуг и цели поездки. Решение гостя посетить определенное место обычно основывается не на факторе наличия в этом месте конкретной гостиницы, а принимается совсем по другим причинам: возможность развлечься, отдохнуть, заняться спортом, принять лечебные ванны. Человек, планирующий свою поездку во время отпуска, выбирает сначала определенное место посещения - страну, регион

или город. Только после этого он приступает к выбору подходящего гостиничного предприятия или другого средства размещения. Однако если гостиница посещается туристом повторно, то вопрос размещения может быть решен заранее.

Специфика гостиничной услуги определяется особенностями и технологиями обслуживания гостей. Технологический процесс оказания гостиничной услуги включает в себя: встречу гостя при входе в гостиницу; регистрацию, оформление документов и размещение гостя; обслуживание в номере; обслуживание при предоставлении услуг питания; удовлетворение культурных запросов, спортивное, оздоровительное и фитнес-обслуживание; оформление выезда, проводы при отъезде.

Услуга не может иметь готовой, законченной формы, она формируется в ходе обслуживания при тесном взаимодействии исполнителя и потребителя. Процессы производства и потребления гостиничной услуги протекают одновременно с момента въезда в гостиницу и до момента выезда, в течение всего гостиничного цикла гость воспринимает услугу как результат деятельности персонала гостиницы.

Гостиничная услуга производится и потребляется в одном месте - месте обслуживания, а потребитель сам становится частью системы распределения. Гость вступает в контакт с обслуживающим персоналом в ресторане, у стойки портье, в номере, следовательно, гостиничное предприятие должно обеспечивать успешное контактирование персонала с клиентом. Вместе с тем гость обязан соблюдать правила проживания и следовать принятым нормам поведения в общественных местах.

Важной особенностью гостиничной услуги является невозможность ее хранения и накопления. Также невозможно превышать естественную вместимость номерного фонда при приеме заявок и заселении, в то время как незаселенные номера и места объективно приводят к потере койко-мест. Таким образом, гостиничная услуга - это организованное взаимодействие

гостя и персонала гостиницы, непрерывно воздействующее на гостя в течение всей своей длительности. Этот продукт существует только в течение пребывания гостя, и в это время постоянно идет диалог между гостем и гостиницей, его невозможно запрограммировать или создать некий стандарт или алгоритм обслуживания. Следовательно, гостиничная услуга в каждом конкретном случае носит индивидуальный характер.

2.2. Основные виды оказываемых услуг в гостеприимства и их особенности организации

Гостиничное хозяйство – совокупность гостиничных предприятий различных типов, осуществляющие прием и оказание услуг по размещению, питанию, дополнительных и смежных услуг.

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

Гостиничные услуги предполагает временный найм объектов размещения и оказание связанных с этим услуг.

В качестве критерия, отличающего гостиничную услугу от других услуг, принимают факт предоставления услуги через гостиничное предприятие. Услуги гостиницы можно подразделить на основные, дополнительные и сопутствующие.

1. *Основные* связаны с проживанием, а именно: информирование, бронирование мест (номеров), встреча и проводы, размещение, уборка, обслуживание гостей во время пребывания. Это объем услуг гостиницы, которые включены в цену номера и предоставляются потребителю согласно заключенному договору. Содержание услуги размещения состоит в следующем: во-первых, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера); во-вторых, предоставляются услуги,

выполняемые непосредственно персоналом гостиницы - портье по приему и оформлению гостей, горничными по уборку гостиничных номеров и т.д. Гостиничные номера – основной элемент услуги размещения – многофункциональные помещения, предназначенные для отдыха, сна, работы проживающих гостей. Поскольку гостиничные номера используются гостями преимущественно в вечернее и ночное время, важнейшей их функцией являются обеспечение возможности сна. Значимость других функций прежде всего зависит от назначения гостиницы и потребностей гостей. Например, в гостиницах делового назначения очень важна такая функция номеров, отличающиеся гостю возможности поработать, т.е. здесь необходимы письменный стол, телефон, факс, компьютер и т.д.

В гостиницах имеются различные категории номеров, отличающиеся площадью, меблировкой, оборудованием, оснащением и т.д. однако независимо от категории каждый гостиничный номер должен иметь следующую мебель и оборудование:

- кровать;
- стул или кресло в расчете на одно место;
- ночной столик или тумбочку в расчете на одну кровать;
- шкаф для одежды;
- общее освещение;
- мусорную корзину;
- каждом номере должны быть информация о гостиницы и план эвакуации на случай пожара.

Услуги по предоставлению гостям питания состоит из комбинации следующих процессов:

- производственный (приготовление блюд на кухне);
- торговый (продажа готовых к употреблению продуктов, алкогольных и безалкогольных напитков);

- сервисный (обслуживание гостей официантами в ресторане, баре, кафе, гостиничных номерах).

2. *Дополнительные* услуги оказываются по желанию и за дополнительную плату. Это услуги, не относящиеся к основным услугам гостиницы, заказываются и оплачиваются потребителем дополнительно согласно отдельного договора (например, услуги автостоянки, прачечной, сауны и др.). Дополнительные услуги в гостиницах охватывают предложение бассейна, спортивного зала, конференц-зала, помещения для деловых встреч, прокат автомобилей, услуги химчистки, прачечной, парикмахерской, кабинета для массажа и др. Сегодня дополнительные услуги приобретают все большее значение в формировании рыночной привлекательности гостиничных заведений.

К дополнительным или прочим услугам относятся предложение бассейна, спортивного зала, конференц – зала, залов для переговоров, прокат автомобилей, услуг химчистки, прачечной, парикмахерской, массажного кабинета и др. В настоящее время дополнительные услуги приобретают все большее значение в формировании рыночной привлекательности гостиничного предприятия.

Оставаясь основной, услуги, размещения воспринимается гостями как само собой разумеющееся, а повышенный интерес вызывают именно дополнительные услуги, выделяющие данную гостиницу из ряда других.

3. *Под сопутствующими* понимаются услуги, необходимые потребителям при пользовании основными услугами. Ассортимент сопутствующих услуг влияет на решение потребителя проживать в гостинице. Это может быть телефонная связь в номерах, различные торговые и индивидуальные услуги. Особенности гостиничных услуги. Одновременность процессов производства и потребления. Предоставление гостиничной услуги требует активного участия как потребителя, так и исполнителя. Персонал, производящий услуги, имеет непосредственный

контакт с потребителем, и последний рассматривает его как неотделимую часть самой услуги. Качество гостиницы в значительной степени оценивается гостем по поведению персонала.

Неосвязаемость. Гостиничный продукт (как и любая другая услуга) не осязаем. Услуги нематериальны, их нельзя оценить до того, как услуга будет потреблена, они существуют только в процессе оказания и потребления. Услуги нельзя осмотреть перед употреблением, она предстает как некое обещание, что предполагает высокое доверие к тому, кто ее оказывает.

Невозможность производства гостиничного продукта впрок, складирования, хранения. Гостиничный продукт рассчитан на удовлетворение реальных потребностей, имеющих в данный момент (сиюминутный спрос). Если услуга вовремя и качественно не оказана, то потенциальный доход гостиницы теряется и не может быть восполнен.

Непостоянство качества. Услуги сферы гостеприимства отличаются изменчивостью, их качество зависит от того, кто их оказывает и при каких условиях. Состояние оказывающего услуги в момент ее производства может очень сильно повлиять на ее качества. Один и тот же человек может прекрасно обслуживать клиента сегодня и значительно хуже завтра по множеству причин (например, плохое самочувствие, семейные проблемы и т.д.).

Изменчивость и колебания в качестве оказываемых услуг являются главными причинами недовольства, высказываемого клиентами в адрес индустрии гостеприимства.

Сезонный характер спроса. Гостиничные услуги подвержены сезонным колебаниям. Спрос на гостиничный продукт (размещение и другие услуги) может колебаться каждый день, неделю или сезон. Например, большинство туристов отдыхает в летние месяцы, следовательно, и спрос на услуги гостиниц в этот период значительно возрастает.

Взаимозависимости гостиничных услуг и цели путешествия (поездки). На реализацию гостиничного продукта значительное влияние оказывает действия туроператоров и турагентов, ведь гостиничный бизнес очень тесно связан именно с туристической деятельностью.

Зависимость объема продаж гостиничных услуг от ряда факторов. На объем реализации гостиничного продукта оказывает влияние:

- *месторасположение гостиницы.* От данного фактора зависят удобство доступа к отелю и привлекательность его окружение (развития инфраструктура) для гостя, которая во многом определяется целью посещения (отдых или деловая поездка);

- *удобства обслуживания.* Данный фактор – это доступность для гостей и дифференцированность по типам, размерам и ценам спален, ресторанов, баров и т.п.;

- *уровен сервиса* характеризуется ассортиментом предоставляемых услуг, наличием различных видов удобств, их стилем и качеством;

- *имидж гостиницы* обеспечивает благоприятное (или неблагоприятное) восприятие отеля, известного клиентам. Имидж в целом складывается из местоположения гостиницы, предлагаемых услуг и удобств, внешнего восприятия и внутренней атмосферы отеля, квалификации обслуживающего персонала и т.п.;

Цена. Данный фактор отражает стоимость обслуживания;

Ассортимент услуг, предоставляемых гостиницами, очень разнообразен. Это услуги по временному размещению (проживанию), услуги общественного питания, парикмахерские услуги, салонов красоты, сауны или поиграть на бильярде. И хотя основную часть выручки гостиницы составляет плата за проживание, дополнительные услуги также приносят немалый доход.

Особенности основного гостиничного продукта – гостиничного номера – является его фиксированность во времени и пространстве. Гостиничные

услуги рассматриваются как специфический гостиничный продукт, который покупается посредством обменных сделок, не подразумевающих владение, а только доступ к нему и том, что любые вопросы производства должны решаться максимально быстро. В современных условиях клиенты требуют быстрого обслуживания, время предоставления ряда услуг измеряется часами и даже минутами.

2.3 Гостиничный продукт как комплекс услуг

В управлении гостиницами широко используется термин «гостиничный продукт», позволяющий подчеркнуть комплексный характер гостиничного предложения. Этот подход приемлем с точки зрения экономической теории, где «продукт» определяется как «результат» человеческого труда, хозяйственной деятельности, представленный в материально-вещественной, духовной, информационной форме, либо в виде выполненных работ и услуг.

Гостиничный продукт имеет четыре характеристики, отличающие гостиничную услугу от товара.

Во-первых, неосвязаемость услуг - их неуловимость или нематериальный характер означает, что их невозможно продемонстрировать, увидеть, транспортировать, хранить.

Во-вторых, неразрывность производства и потребления - оказать услугу можно только тогда, когда появляется клиент. С этой точки зрения производство и потребление услуг тесно взаимосвязаны и не могут быть разорваны.

В-третьих, изменчивость - качество оказания услуг варьируется и зависит от уровня профессионализма производителя, его компетентности, доброжелательности, вежливости и коммуникабельности его персонала, а также от учета индивидуальных требований каждого покупателя.

В-четвертых, неспособность к хранению - услуги невозможно произвести впрок или складировать, возникает проблема достижения равновесия между спросом и предложением.

Однако гостиничному продукту, наряду со специфическими характеристиками услуг, присущи отличительные особенности:

- ситуационность гостиничной услуги, предоставляемой одновременно и меняющейся характеристики при повторном обращении к услуге;
- индивидуальность услуги, поскольку даже в условиях массовой организации гостиничного продукта отель готов выполнить индивидуальные запросы клиента;
- различность свойств потребительской стоимости гостиничных продуктов, поскольку при принятии решения о покупке гостиничного продукта сам он еще не имеет четких качественных характеристик, Они будут выявлены лишь при получении услуги;
- 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;
- покупатель преодолевает расстояние, отделяющее место приобретения продукта от места его потребления, следовательно, гостиничные услуги могут быть реализованы только тогда, когда потребитель будет доставлен в место их производства;
- 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;

- потребление туристов включает блага, получаемые как бесплатно, так и реализуемые на месте;
- в процессе туризма потребитель несет расходы как на удовлетворение потребностей, не зависящих от пребывания вне дома, так и вызванные самим путешествием;
- процесс потребления туриста всегда ограничен во времени и пространстве; большое значение имеет фактор сезонности;
- неопределенность и субъективность критериев качества гостиничного продукта, которое, помимо прямых показателей, зависит от ряда переменных (мода, состояние здоровья клиента, отношение персонала, социальный статус клиента);
- значительное влияние на качество гостиничного продукта оказывают внешние факторы, имеющие форс-мажорный характер, то есть не зависящие от воли и действий продавца и покупателей.

Можно выделить и ряд свойств гостиничного продукта:

- *гостеприимство* - включает достоинство, уважение и любезность персонала;
- *обоснованность* - предоставление всех услуг должно соответствовать цели путешествия туриста;
- *надежность* - соответствие фактически предоставляемого туристу продукта рекламе, достоверность информации;
- *эффективность* - достижение наибольшего эффекта для туриста при минимизации его расходов;
- *целостность* - завершенность гостиничного продукта;
- *ясность* - потребление гостиничного продукта, его направленность должны быть понятны и туристу, 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.

Гостиничный продукт бывает твердым и мягким (рис. 1.).



Рис. 2.1. Составляющие комплексного гостиничного продукта

Также гостиничный продукт имеет свою структуру, которая чаще всего оценивается с точки зрения его производителей. Однако мало внимания уделяется проблеме структурирования гостиничного продукта с точки зрения потребителя. А ведь именно от него зависит успех гостиничного продукта или его провал на рынке. Можно представить структуру гостиничного продукта с точки зрения потребителя в виде схемы (рис. 2.).

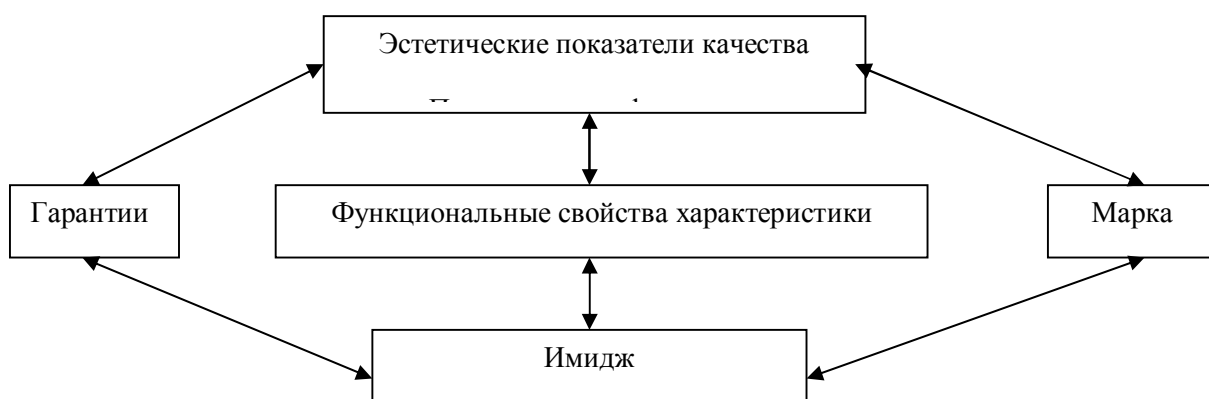


Рис. 2.2. Структура туристского продукта с точки зрения потребителей

Структура продукта включает в себя две части: ядро продукта - его функциональные свойства и характеристики, и «фирменную оболочку» продукта, куда входят эстетические показатели качества, показатели комфортности, марка, гарантии, имидж. «Оболочка» интересует туриста в большей мере, так как он выигрывает от ее качества, именно «оболочка» обеспечивает полное, завершенное удовлетворение от гостиничной услуги.

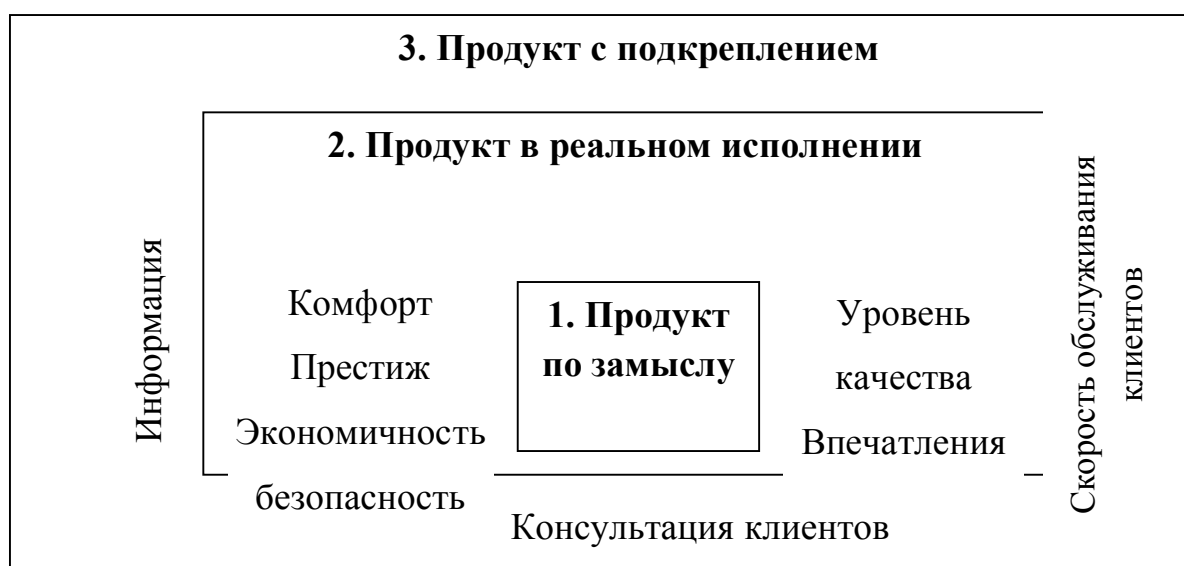


Рис. 3. Уровни гостиничного продукта

Согласно другой точке зрения, в структуре гостиничного продукта выделяются три уровня: продукт по замыслу, продукт в реальном исполнении и продукт с подкреплением (рис. 2.3.). В основе любого продукта лежит необходимость удовлетворения какой-либо потребности, поэтому сущность продукта составляет *замысел*, то есть направленность

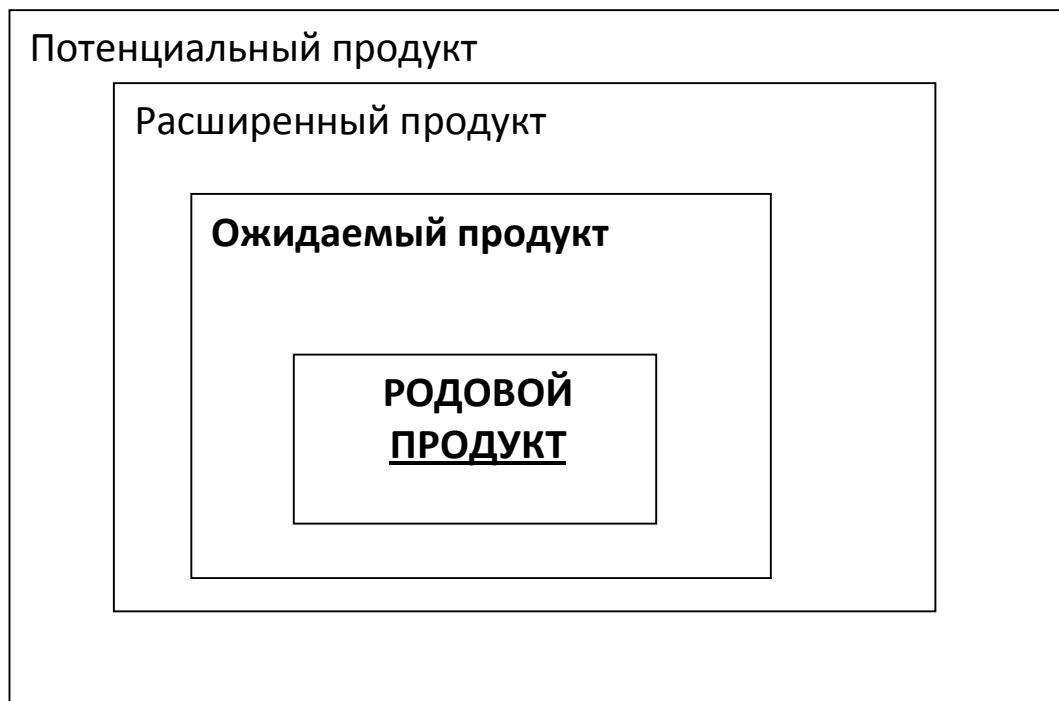
товара на решение определенной проблемы, удовлетворение конкретной нужды потребителя. Следовательно, для администрации отеля большое значение имеет представление и распространение не свойств самого продукта, а реальной пользы (выгоды) от него для потребителя.

На этом этапе гостиничный продукт для потребителя еще не существует, клиент анализирует продукты, которые предлагают ему различные отели, на предмет реальной пользы и выгоды для себя. На первом этапе формируется содержательная сторона продукта, оговаривается полный набор услуг, в сознании потребителя идет сравнительный анализ предполагаемых выгод и фактической стоимости предполагаемого продукта.

Если замысел продукта выступает как его содержание, то его форма в *реальном исполнении* - именно определенный набор свойств, позволяющих реализовать этот замысел, то есть удовлетворить какую-то потребность гостя. На этом этапе продукт существует реально, и потребитель может конкретно оценивать его свойства и характеристики, преимущества и недостатки. Поэтому на втором уровне продукта рассматриваются его свойства и характеристики, такие как уровень качества, комфорт, престиж, безопасность, экономичность и др.

Подкрепление гостиничного продукта (третий уровень) подразумевает особенности обслуживания, консультации и информацию, что в значительной степени способствует поиску и сохранению потенциальных клиентов. Это может быть достигнуто путем высокого качества и скорости обслуживания, грамотными и полными консультациями, неформальным общением с клиентом, благожелательным отношением. С точки зрения конкуренции и для подкрепления продукта позволяет персоналу отеля выявить возможности совершенствования продукта наиболее эффективным способом.

Интересный взгляд на структуру гостиничного продукта предлагают Н. И. Кабушкин и Г. А. Бондаренко. Они выделяют четыре уровня гостиничного продукта, представленные на рисунке.



«Ядро» - родовой продукт - включает базовые умения и процессы, необходимые для участия в рыночном процессе. В гостиницах это здание, номера, меблировка, коммуникации. «Ожидаемый продукт» - продукт, удовлетворяющий минимальные ожидания клиентов. Он включает в себя то, что непосредственно сопутствует родовому продукту: время и условия обслуживания, интерьер номеров, соблюдение санитарно -гигиенических норм.

«Расширенный продукт» - представляет собой дополнительные преимущества перед другими рыночными аналогами. Это могут быть и место расположения, и дополнительные услуги. «Потенциальный продукт» - в отличие от расширенного, который фиксирует только то, что уже сделано, он содержит все, что потенциально достижимо и реализуемо в перспективе привлечения и удержания гостей. Преуспевающие предприятия постоянно находятся в процессе поиска удачного потенциального продукта.

С точки зрения бизнеса гостиница является коммерческим производством, предлагающим на рынке свой продукт в виде комплекса материальных благ и услуг. Этот продукт приобретается клиентом посредством обменных сделок, причем покупка не подразумевает владение, не принимает предметной формы. Доступ к продукту и его использование осуществляются в определенное время и в определенном месте.

Исполнение услуг происходит в гостинице, на территории производителя с активным участием и взаимодействием потребителя с исполнителем, при их непосредственном контакте. Поэтому качество гостиничного продукта в значительной мере определяется персоналом гостиницы, особенно той части персонала, которая непосредственно контактирует с туристом (контактная, фронт -офис), поэтому не может быть оценена заранее.

III. ГЛАВА. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В ОТЕЛЕ «ASIA SAMARKAND»

3.1. Общая характеристика гостиница «Asia Samarkand»

Гостиница «Азия Самарканд» расположена самом центре г. Самарканда по улице Кош Хауз, 50. Отель находится не далеко от историческом достопримечательностям Старого города (мадраса Бибихоум и ансамбль Регистан), всего 0,5 км от центре областного хокимията 6 км от аэропорта и 7 км от железно дорожного вокзала.

Совместное Узбекско - Великобританское предприятие «Hotel Азия Самарканд» в форме общества с ограниченной ответственностью один из крупнейших в Самарканде и является одним из отелей сети «Азия Hoteles». Архитектура и интерьер отеля отвечает самым современным требованиям международного гостиничного хозяйства. Отель открыла свои двери для первых гостей 14 марта 2008 года. Отель состоит 3-х этажного здания. Первый этаж отеля предназначен только для принятия и регистрации гостей. Второй и третий этажи, для размещения гостей. В отеле имеются 69 уютных номеров, из них 60 стандартных одно и двух местных номеров и 9 номеров категории «Люкс» оформленных в европейском стиле, оснащены всем необходимым оборудованием. В всех номер имеется мини-бар, спутниковое телевидение с 20 каналами, телефон с доступам на международные звонке, фон для сушки волос, электрический чайных, климат контроль (АС), открывающейся окнами по всей гостинице доступна сеть беспроводного интернета (Wi-Fi), номера отеля оборудованы также письменным столом. В отеле предоставляются следующие виды услуги: полное багажа, обслуживание номеров 24 часа, обменный пункт валюты, услуги прачечной, вечернее шор ит.д.

В отеле имеются конференц-зал для проведения конференции на 70 человек, ресторан, бар, открытый плавательный бассейн, сауна, парковка для автомобилей, массажный кабиной, кровати для детей, дискотека – клуб,

бизнес центр, гостиничный сейф, номера для некурящих, тренажерный зал и др. оплата за проживание в отеле осуществляется наличными, банковскими переводами и кредитно – карточными способами в долларах, евро, рублях и сумах. Специальная установленная цена (в долларах) для стандартного одно местного номера составляет 60 (US \$), для стандартного двухместного номера – 70 (US \$), для люкса – 125 (US \$). Цены включает завтрак и использование Клуба здоровья (бассейн и тренажерный зал).

Процесс обслуживания гостей в гостиницы «Азия Самарканд» предусмотрены следующие основные службы:

- бронирование мест (предварительный заказ мест в гостинице);
- приемы регистрация гостей;
- предварительная оплата;
- размещение в номере;
- предоставление услуг проживания и питания (уборка номера)⁴
- окончательный расчет и оформление выезда.

В гостинице также имеются различные инженерно-технические служба маркетинга и рекламы, административная, финансово – экономическая (бухгалтерская) и другие службы.

Предварительный заказ мест, регистрация заказ месть регистрация при поселение, расчет за проживание и оказанные услуги, оформление выезда гостей происходит в службе приема и размещение где работают дежурный администратор, портье, кассир (оператор механизированного расчета) и паспортистка. Обычно в гостинцы эта служба имеет английское название «Reception».

3.2. Функции службы приёма и размещения гостей в гостинце

«Asia Samarkand»

Служба приёма и размещения гостей является первым подразделением, с которым знакомства гость, приезжая в гостиницу. Впечатления, полученные от этого знакомого места, во многом формируют отзывы гостей о качестве обслуживания в целом.

Основными функциями службы приёма считаются: бронирование мест в гостинце, регистрация и размещение гостей, оформление расчетов при выезде туристов, предоставление различной информации.

В гостинице работники службы приёма работают по 24 часа, начиная с 9 часов утра. Начиная работу, администратор просматривает журнал с записями предыдущей смены. В этот журнал он записывает информации о том, что произошло за прошедший смену, о потребностях гостей, обратившихся в службу в этот период времени, но не удовлетворенных по каким-либо причинам. Перед началом работы администратор просматривает информации о наличии свободных мест и заявки на текущие сутки. На основании документов администратор ведет учет использования номерного фонда.

Служба приема и размещения обеспечивает максимальную загрузку гостиниц, не допуская необоснованных простоев.

При регистрации и оформлении выезда гостей производятся расчеты за проживание в отеле, уточняет все его расходы за время проживания и принимают оплату. Очень важен контроль за выездом, чтобы недопустить отъезда гостей, которые не заплатили по счету.

В отеле портье отвечает за хранение и выдачу ключей от номеров проживающим по предъявлении визитной карточки. Кроме того, в службе приема и размещения часто обращаются гости, чтобы получить какую-либо информацию или иную услуги.

Оператор механизированного расчета (кассир) контролирует своевременную оплату всех видов услуг, получает оплату за проживание при наличном расчете и составляет кассовые отчеты для бухгалтерии.

Работник паспортного стола проверяет данные паспорта, правильность их занесения в регистрационную карточку, контролирует сроки действия виз.

3.3. Бронирование мест и номеров в гостинице.

Бронирования – предварительный заказ мест номеров занимается менеджер отдела. Заявки на бронирование мест от клиентов поступают на этот отдел, а потом отдел изучает спрос на гостиничные места, прогнозируя спрос на места и анализирует загрузку номеров в прошедший и настоящий период, отдел бронирования совместно со службой маркетинга планирует деятельность отеля.

В гостинице «Азия Самарканд» эта служба интегрируется со службой приёма и размещения гостей. К основным функциям службы бронирования относятся приём заявок и их отработка, а также составление необходимой документации (графики заезда и карты движения номерного фонда).

Прием заявок от клиентов или туристических фирм осуществляется по телефону, факсу, электронной почте, почте, при помощи современных компьютерных систем бронирования и резервирования. Каждая такая заявка должна содержать следующую информацию:

- дата и время заезда гостей;
- примерные дата и время отъезда;
- количество гостей;
- категория номера;
- набор необходимых услуг в номере;
- услуги питания и их характер;
- цена за номер и дополнительные услуги;

- ф.и.о. лица, оплачивающего бронь;
- вид оплаты;
- Особые пожелания.

После обработки заявки клиенту или фирме направляются подтверждение или отказ. Подтверждение заявки представляет собой специальное уведомление о том, что гостям будут предоставлены номера в отеле. На уведомлении указываются номер подтверждения, дата предполагаемого прибытия и выезда гостя, категория заказанного номера, количество гостей, количество кроватей и т.д. Указанное уведомление гость должен привозить с собой.

При этом на заявку, полученную в устной форме или по телефону, направляется подтверждение в письменной форме в течение одного дня. На заявку, полученную по телефону или по телеграфу, ответ дается в течение нескольких часов, соответственно по телексу и по телеграфу. На заявки, присланную по почте, ответ дается в письменном виде и она отсылается по почте в течение 1-2 дней.

После подтверждения каждая заявка вносится в электронную систему бронирования. Если в бронировании произошло какие – либо изменения или заявка была аннулирована, то это фиксируется работниками службы для чего также используются специальные бланки.

При заполнение бланков должно быть четко указано, кто и по чьей просьбе вносил соответствующие изменения или аннулировал заявку. Все изменения и аннуляции немедленно вносятся в электронную систему бронирования, а гостю сообщается, что желаемые изменения в бронирований были произведены.

Бронирование – процедура достаточно рискованная для отеля, так как практика показывает, что очень часто гости задерживаются или не приезжают в отель вовсе. У забронированные номера отираются пустыми.

И так, бронирование номеров в гостинице бывает двух типов – гарантированное и негарантированное. Практика показывает, что работать по системе гарантированного бронирования гораздо более выгодно, так как около 20 % частей, сделавших негарантированное бронирование, и около 5 % частей, сделавших гарантированный заказ, не воспользуются в будущем своей бронью.

К функциям службы бронирования относится также и ведение картотеки гостей. На заполняется специальная карточка. Информация собирается специальная карточка. Информация собирается со всех служб, имеющих контакт с гостем. Данная информация хранится в архива.

Следует отметить, что существует три способа бронирования номера в отеле – письменный, устный и компьютерный. Устный способ предполагает бронирование по телефону. При телефонном бронировании к клиенту и быстрая реакция на его звонок. Клиент не должен ждать ответа долго. Вести беседу с клиентом должен сотрудник, владеющий информацией о номерном фонде и загрузке отеля.

Письменное бронирование оформляется помощью заявок, правила оформления и содержания которых рассмотрены нами выше. В последнее десятилетие широкое распространение получило компьютерное бронирование номеров в отеле. Существует три варианта компьютерного бронирования. Первый вариант предполагает заказ мест в отеле через компьютерную сеть по телефону, второй вариант предполагает наличие у предприятия размещения собственной интернет – страницы, на которой возможно осуществить бронирование необходимых номеров или услуг. Третий вариант предполагает членства отеля в одной из компьютерного бронирования и резервирования «Amadeus».

3.4. Регистрация и размещения гостей.

Расселение гостей состоит в свою очередь из встрече, вручении ключа и сопровождения гостей до номера.

Возможны два вида встреч: в аэропорту или на вокзале и около входа в гостиницу или на вестюбле. В отеле гостей встречает первым швейцар, который приветствует он у входа. Затем в ресепшене гостей встречает администратор. Он приветствует и уточняет номер заявки, выбрать необходимый модель в компьютерной системе и производит регистрацию. От госте требует только подписать регистрационную карточку. Процесс регистрации гостей занимает небольшой времени, до 5 минут.

В процессе общения с гостем обсуждается такие вопросы, как стоимость номера, сроки размещения и порядок оплаты. Затем заключается с потребите договор на представления услуг при предъявлении потребителем паспорта или удостоверения личности, иногда документа подтверждающего личность потребителя. Затем гость заполняет регистрационную карточку (анкету). В анкете гость указывает адрес своего постоянного места жительства и вид платежа.

Заполнив карточку, гость подписывает ее, тем самым заключая с гостиницей договор, подтверждающий вид размещения продолжительность проживания и стоимость номера.

После того как гость заполнил анкету, администратор выписывает в анкету в анкету номер комнаты, в которой будет жить гость, дату и время прибытия и подписывает её. Далее администратор выписывает разрешения на поселение – документ, дающий право на занятие номера или места в номере.

После оплаты гость получает счета – документа, по которому он производит оплату за проживание и предоставленные услуги. При регистрации гость выписывается счет за проживание.

Администратор заполняет визитную карту (карту гостя) – документ на право входа в гостиницу и получения ключа от номера. Карта гостя всегда выписывается в одном экземпляре и содержать следующие данные: фамилия гостя, номер комнаты и сроки проживания.

По окончании оформления документов коридорный или посыльный провожают гостя до предоставленного ему номера, помогая поднести багаж.

Виды расчетов с проживающими. В отеле используют два вида расчетов – наличный и безналичный (перевод денег не счет отеле). Для расчетов с помощью пластиковых карт имеется специальное оборудование: им принтер или электронный терминал.

Существуют электронные ключи, которые одновременно являются и платежным средством во всех торговых точках отеля. Для оплаты по безналичному расчету используется кредитная карта, дорожных и именные чеки. Первое место занимает расчет по кредитным картам, второе место – чеки и третье место занимает наличный расчет.

Службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда. Служба Front office. Персонал этой службы работает с клиентами в постоянном контакте и выполняет функции, связанные с обслуживанием. Возглавляет службу обслуживания менеджер, которому подчиняется швейцар, пажи (посыльные), багажисты, лифтеры, курьеры, консьержи, водители. Иногда работу этой службы координируют консьержи.

Специфика службы обслуживания заключается, что персонал должен обладать максимально возможной информацией как о самом отеле и его службах, так и о местных условиях и достопримечательностях. Служба обслуживания работает 24 часа в сутки и 365 дней в году.

В состав служб обслуживания и эксплуатации номерного фонда входят следующие сотрудники: руководитель службы. Он контролирует работу всех сотрудников службы и отвечает за эффективную работу своего подразделения. Заместитель руководителя службы – отвечает за состояние

номеров отеля, готовит отчет о статусе номеров, непосредственно руководит персоналом по уборке, составляет график его работы.

Зам директор по хозяйственной части т.е. по прачечной – химчистки. Он отвечает за работу прачечной химчистки внутри отеля, несет ответственность за обеспечение отеля чистым бельем для бесперебойной работы номерного фонда и службы питания.

Дежурный по этапу - возглавляет группу, состоящую из горничных и служащих по уборке, отвечает за состояние за присвоенной за ним части номерного фонда, контроль качества уборки жилых и нежил и нежилых помещений, проверяет убранные номера, ведет приём или передачу сообщений гостям на этаж, оформление журнала дежурств и т.д.

Менеджер – специалист по контролю и надзору за деятельностью различных объектов как производственных, так и торговых, руководитель группы, звена. Может выполнять функции дежурного по этажу.

Горничная – занимается уборкой гостиничных номеров и подготовкой и ля сна.

Ночной дежурный – отвечает за подразделение после окончания дневных работ.

К обязанности персонала служб обслуживания и эксплуатации номерного фонда клиентов относятся:

1. Подноска багажа и его маркировка;
2. Сортировка и передача корреспонденции;
3. Заказ авиационных, автобусных, железнодорожных и других билетов;
4. Предоставление клиентам информации о расписании движения городского и другого транспорта;
5. Прием заказов на организацию экскурсий, посещение музеев, театров, развлекательных центров, ресторанов и др.;
6. Предоставление автомобилей в аренду.

7. Уборка гостиничных номеров и помещений;
8. Совпадение санитарно – гигиеническая условий в отеле и т.д.

Инженерно – техническая служба. Отель «Азия Самарканд» оснащена сложением инженерно – техническим оборудованием которое обеспечивает высокий уровень благоустройства, максимальные удобства и комфорт. Это оборудование состоит из следующих групп:

- санитарно – техническое (водопровод, канализация, холодное и горячее вода снабжения, отопление, вентиляция, конденционирование воздуха, централизованное пылеудаление);
- энергоснабжение (освещение и силовые сети);
- с слаботочные устройства и автоматика (телефонизация, радификация, пожарная охранная и служебная сигнализация).

Инженерно – техническая служба – одна из многочисленных служб гостиничного хозяйства которая возглавляется главным инженером или директором по эксплуатации здания отеля.

Инженерный отдел отвечает за поддержание сложных систем в рабочем состоянии и их ремонт.

3.5. Услуги питания

Это подразделение представляет собой неотъемлемую часть гостиничного хозяйства поскольку гостеприимства без стола не бывает. Гостиничные рестораны — это не только престиж и лицо гостиницы, но и основной источник прибыли (примерно треть доходов гостиничного комплекса). Гостиница без ресторана — это просто «ночлежка», человек должен сначала вкусно поесть, а уже потом поспать.

При организации обслуживания в ресторане обычно предлагаются следующие условия питания: **полный пансион** (трехразовое питание — завтрак, обед и ужин); **полупансион** (двухразовое питание — завтрак плюс обед или ужин); **только завтрак** (одноразовое питание).

В Гостинице особое внимание уделяется сервису завтраков. С завтрака начинается день гостей, и от его организации во многом зависит, будет ли начало дня для гостей хорошим или плохим. В отличие от обеда и ужина на завтрак приходят практически все гости, проживающие в гостинице. В ресторане отеля «Азия Самарканд». Различаются следующие виды завтраков:

- *континентальный завтрак*. Он включает кофе, чай или горячий шоколад, сахар, сливки (молоко), лимон, два вида повидла, джема или мед, выбор хлебобулочных изделий, масло. По воскресеньям завтрак дополняется холодным яйцом;

- *расширенный завтрак*. В дополнение к континентальному завтраку гостям предлагаются соки (апельсиновый, грейпфрутовый, томатный), блюдо с нарезанными ветчиной, сыром и колбасой, блюда из яиц, йогурты, творог, сухие хлопья. Во время завтрака чаще всего организуется буфетный сервис или официант приносит блюдо с мясной нарезкой, раскладывает по тарелкам гостей и оставляет блюдо на столе. Блюда из яиц приготавливаются по индивидуальным заказам;

- *английский завтрак*. В классическом варианте английский завтрак начинается с утреннего чая или кофе (возможно, горячего шоколада), принесенного в номер. Он также включает сахар, булочные изделия, тосты, масло, джем, мед, варенье. Может дополняться блюдами из яиц (яичница с ветчиной или беконом, жареные яйца на хлебе, омлет с ветчиной или шампиньонами и др.), рыбными блюдами, блюдами из злаковых (овсяная каша или суп на молоке или на воде с сахаром либо солью). Английский завтрак сервируется таким же образом, как и расширенный;

- *американский завтрак*. Дополнительно предлагаются обычная питьевая вода с кубиками льда, фруктовые соки, свежие фрукты (грейпфрут, арбуз, ягоды с молоком или сливками) или компот из фруктов (слив, персиков), блюда из злаковых (кукурузные, рисовые хлопья), небольшая порция мяса, пирог;

3.6. Служба безопасности

Служба безопасности обеспечивает поддержание порядка и безопасности «Азия Самарканд».

В последние годы проблема безопасности во всем мире стала весьма актуальной, особенно в сфере гостиничного бизнеса. Международные конфликты, волна преступности и терроризма, незаконный оборот наркотиков, оружия и взрывчатых веществ - все эти факторы не могут не отражаться на уровне безопасности жизни гостей и персонала отелей во всех странах мира.

Для гостиничного бизнеса характерны угрозы природного, техногенного, экологического, террористического, криминального характера. Наиболее опасной в настоящее время стала угроза террористического акта, который может привести к большому числу жертв, созданию атмосферы страха, нарушению нормального режима работы отеля, потере позитивного туристического имиджа гостиницы или региона в целом.

Особое внимание следует уделять профессионализму сотрудников службы безопасности, а также техническим средствам охраны на объекте.

Чтобы иметь постоянный приток туристов, успешно вести бизнес, необходимо улучшать систему безопасности гостиницы, т.е. регулярно проводить комплекс организационных, методических, технических и иных мероприятий, обеспечивающих полную автономию гостиницы в решении вопросов безопасности, в том числе при террористических угрозах.

Ежедневная работа сотрудников службы безопасности включает тщательный осмотр охраняемой территории (каждые 2 ч), постоянную связь со всеми дежурными службами гостиничного комплекса, обмен информацией о подозрительных личностях и предметах и т.д. Немаловажно и установление активного сотрудничества с территориальными правоохранительными органами местной властью.

Необходимо постоянно совершенствовать технические средства охраны. Желательно, чтобы в центральном холле, а также на этажах гостиницы было организовано видеонаблюдение.

Следует обязательно разработать инструкции о мерах пожарной безопасности. Все сотрудники должны допускаться к работе только после прохождения противопожарного инструктажа (что отмечается их подписью в специальном журнале). Оборудованные места для курения, порядок обесточивания электрооборудования, планы-схемы эвакуации людей, система оповещения о пожаре и т.д. — все это элементы системы пожарной безопасности. Необходимо также знать об особенностях пожарной безопасности на объектах с массовым пребыванием людей. В частности, в помещениях с одним эвакуационным выходом не допускается одновременное пребывание 50 человек и более. Запрещается загромождать эвакуационные пути и выходы.

Система безопасности гостиницы будет эффективной только в том случае, если в этой работе примет участие весь персонал, а также будут учтены конкретные особенности предприятия.

ВЫВОДЫ

В настоящее время гостиничная индустрия представляет собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Все чаще мы становимся свидетелями того, как открывается новая гостиница. Предприятия создаются, а через некоторое время часть из них не выдерживает конкуренции и выходит из бизнеса. И чем выше культура и качество услуг обслуживания гостей, - тем выше имидж гостиницы, тем привлекательнее она для клиентов и, что не менее важно сегодня, - тем успешнее материальное процветание гостиницы.

В данной работе были приведены классификации и типологии средств размещения гостиничного типа, охарактеризованы функции основных гостиничные услуги в структуре туристского обслуживания. Рассмотрены технологии приема и обслуживания гостей в отеле, бронирования мест и номеров в отеле порядок регистрации и размещение гостей в отеле, обслуживания и эксплуатации номерного фонда, виды и порядок оформления документации, правила предоставления дополнительных услуг и т.д. Рассматривались вопросы обслуживания гостей питанием. Большое внимание уделяется вопросам культуры поведения работникам службы и охраны труда и техника безопасности в гостинице «Asia Samarkand».

При выполнении работы нами были решены следующие задачи:

1. Рассмотрены теоретические аспекты качества гостиничных услуг;
2. Проанализирована деятельность и качества предоставляемых услуг в гостинице «Asia Samarkand»;
3. Подготовлена рекомендация по совершенствованию качества предоставляемых услуг в гостиницы «Asia Samarkand».

РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Расширение рекламной деятельности для увеличения потока иностранных туристов.
2. Провести организационные работы по совершенствованию квалификации персонала
3. Провести дополнительный маркетинговый анализ и разработать новую ценовую политику.
4. Снизить цены для внутренних туристов во время несезона.
5. Внедрить анимационную программу по ознакомлению с традициями и культурой Узбекистана.
6. Использовать экологически чистые продукты для приготовления питания туристам.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Александрова Ю.А. «Международный туризм» Учебник. М: «Аспект пресс» 2004г.
2. Арбузов И.Ю. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. М.: Альфа – М, 2001.
3. Байлик С.И. гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. Киев, 2002.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризме. – М.: Невский Фонд и Олбис, 1999.
5. Бондаренко Г.А. Менежмент гостиниц и ресторанов. Минск, 2006.
6. Вавилова Е.В. Основы международного туризма. Учебное пособие. М., ГАРДАРИКИ, 2005.
7. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Ростов-на-Дону. 2003.
8. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. Ростов-на-Дону. 2004.

9. Квартальнов В.А. Туризм, Учебник, М.: «Финансы статистика» 2003.
10. Кононыхин С.В. Организация гостиничного и ресторанного хозяйства. Донецк, 2004.
11. Кусков А.С. Гостиничное дело. Учебное пособие, М., 2010.
12. Чудновеского А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство / Под ред.. – М.: ЭКМОС, 2000.
13. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Безопасность в гостиничных предприятиях. М. 2001.
14. Медлик С. Гостиничный бизнес. М., 2005.
15. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. М., 2007.
16. Тимохина Т.Л. Организация приёма и обслуживания туристов. М., 2007.