

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУВО «АмГУ»)

Факультет дизайна и технологии
Кафедра сервисных технологий и общих технических дисциплин
Направление подготовки 43.03.03 – Гостиничное дело
Профиль: Гостиничная деятельность

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ И.В. Абакумова
«__» _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Разработка дополнительной услуги спортивно-оздоровительного характера на примере гостиницы «Славянская», г. Благовещенск

Исполнитель
студент группы 389-об

(подпись, дата)

М. А. Тюхаева

Руководитель
доцент, канд. техн. наук

(подпись, дата)

Е. И. Помазкова

Нормоконтроль
доцент, канд. пед. наук

(подпись, дата)

Е.В. Пшеничникова

Благовещенск 2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет дизайна и технологии
Кафедра сервисных технологий

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ И.В. Абакумова
«__» _____ 2017 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе студента Тюхаевой Марии Александровны.

1. Тема бакалаврской работы: Разработка дополнительныи услуги спортивно-оздоровительного характера на примере гостиницы «Славянская», г. Благовещенск (утверждена приказом от 26.05.2017 г №1189-уч)
2. Срок сдачи студентом законченной работы. 23.06.2017г.
3. Исходные данные к бакалаврской работе: ГОСТ 50646- 94. Услуги населению, термины и определения.
4. Содержание бакалаврской работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1. Теоретическое обоснование необходимости совершенствования дополнительных услуг гостиничных предприятий. 2. Проектирование дополнительных услуг гостиницы «Славянская».
5. Перечень материалов приложения: 1. Структура управления гостиницы «Славянская». 2. Образец бланка для проведения анкетного опроса. 3. Результаты анкетирования. 4. Диаграмм. 5. План проекта тренажерного зала.
6. Дата выдачи задания 24.04.2017 г.
7. Руководитель бакалаврской работы: Помазкова Е И. (доцент, кандидат технических наук)

Задание принял к исполнению (дата) 24.04.2017 г.

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 64 страниц, 11 рисунков, 19 таблиц, 5 приложений, 63 источников.

ГОСТИНИЧНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ, ТРЕНАЖЕРНЫЙ ЗАЛ, ПРОЕКТИРОВАНИЕ УСЛУГ, БИЗНЕС-ПЛАН, ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА, СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ, АНКЕТНЫЙ ОПРОС, МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РАСЧЕТ.

В работе рассмотрен вопрос разработки дополнительной услуги спортивно-оздоровительного характера.

Объектом работы является гостиничное предприятие «Славянская», г.Благовещенск.

Предмет работы – дополнительные услуги спортивно-оздоровительного характера.

Цель работы – разработка дополнительных спортивно-оздоровительных услуг гостиничного предприятия (на примере гостиницы «Славянская»).

В работе использовались следующие методы исследования: сбор, анализ, синтез и обобщение информации, методы математических и экономических расчетов.

Данные методы легли в основу бакалаврской работы и обеспечили её целостность в соответствии с поставленными целями и задачами.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается во внедрении на гостиничном предприятии «Славянская», полученного проекта.

В работе представлен анализ литературных источников по организации и проектированию дополнительных спортивно-оздоровительных услуг гостиничных предприятий.

Рассмотрены место, виды дополнительных услуг в гостиничной индустрии. Проанализированы методы, позволяющие проектировать дополнительные услуги гостиничных предприятий.

Представлена характеристика гостиничного предприятия. Проанализированы дополнительные услуги гостиницы «Славянская».

Проведен анкетный опрос клиентов гостиничного предприятия. Проанализирован рынок и стратегия маркетинга. Описана услуга, организация производства. Произведен экономический расчет услуги. Согласно результатам исследования, разработана дополнительная спортивно-оздоровительная услуга в гостинице.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	8
1 Теоретическое обоснование необходимости совершенствования дополнительных услуг гостиничных предприятий	10
1.1 Место дополнительных услуг в гостиничной индустрии	10
1.2 Виды дополнительных услуг гостиничных предприятий	16
1.3 Методы проектирования дополнительных услуг гостиничных предприятий	25
Вывод по первому разделу	33
2 Проектирование дополнительных услуг гостиницы «Славянская»	35
2.1 Характеристика гостиницы «Славянская»	35
2.2 Анализ дополнительных услуг гостиницы «Славянская»	39
2.3 Разработка дополнительной услуги «тренажерного зала» при гостинице «Славянская»	40
2.3.1 Анализ рынка и стратегия маркетинга	41
2.3.2 Описание услуги	43
2.3.3 Организация производства	47
2.3.4 Экономический расчет услуги	50
Вывод по второму разделу	55
Заключение	57
Библиографический список	60
Приложение А Структура управления гостиницы «Славянская»	65
Приложение Б Образец бланка для проведения анкетного опроса	66
Приложение В Результаты анкетирования	67
Приложение Г Результаты анализа анкетирования	68
Приложение Д План проекта тренажерного зала	74
Приложение Е План этажа	75

ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

ЕБРР –Европейский банк реконструкции и развития;

МБРР –Мировой банк реконструкции и развития;

МФК – Международная финансовая корпорация;

МВФ – Мировой Валютный Фонд

ООН – Организация Объединенных Наций;

ПФР – Пенсионный фонд Российской Федерации;

ФМС – Федеральная миграционная служба;

ФОМС– Федеральный фонд обязательного медицинского страхования;

ФОТ – фонд оплаты труда.

НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

В настоящей бакалаврской работе использованы ссылки на следующие стандарты и нормативные документы:

ГОСТ 2.104-68 ЕСКД Основные надписи

ГОСТ 2.105-95 ЕСКД Общие требования к текстовым документам

ГОСТ 2.111-68 ЕСКД Нормоконтроль

ГОСТ 2.306-68 ЕСКД Обозначение графических материалов и правил нанесения их на чертеж

ГОСТ Р 52024-2003 «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования».

ГОСТ 3.1103-83 ЕСКД Основные надписи

ГОСТ 3.1105-84 ЕСКД Правила оформления документов общего назначения

ГОСТ 50646- 94. Услуги населению, термины и определения

ГОСТ Р 51185-2014 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования

ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003) Туристические услуги гостиницы. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения

«Гражданский кодекс Российской Федерации» (ГК РФ) от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ

Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденные постановлением Правительства РФ от 09.10.2015 г. № 1085

Система классификации объектов туристкой индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями, приказ Минкультуры России от 11.07.2014 г. № 1215

ВВЕДЕНИЕ

Дополнительные услуги являются важной составляющей деятельности любой гостиницы. Активное расширение дополнительных услуг способствует становлению гостиничного предприятия как отрасли экономической деятельности, с течением времени приносящей дополнительные доходы.

Определяющим фактором для создания, увеличения количества и улучшения качества дополнительных услуг является ориентация гостиничного предприятия на ту или иную категорию постояльцев. Иными словами, их количество и качество напрямую связаны со степенью востребованности и могут быть совершенно разными

Развитие дополнительных услуг позволяет не только расширять перечень предложений для клиентов гостиницы, но и привлекать к посещению гостиничных комплексов и жителей города.

Актуальность работы определяет современное интенсивное развитие сферы гостеприимства, что диктует необходимость постоянного расширения ассортимента составляющих гостиничного продукта.

Разнообразие ассортиментного перечня предоставляемых дополнительных гостиничных услуг позволяют гостиничному предприятию осуществлять свою деятельность и добиваться успехов в сложной конкурентной борьбе на рынке гостеприимства.

Система дополнительных услуг в отличие от других частей гостиничного бизнеса требует нестандартных подходов к решению многих вопросов. Правильная организация процесса внедрения и предоставления дополнительных услуг обуславливает возможность расширения перечня предложений для клиентов гостиницы и привлечения дополнительных категорий потребителей.

Дополнительные услуги гостиниц позволяют получать дополнительную выгоду наряду с выгодой от реализации основного продукта, а также помогают отличить основной продукт от продуктов-конкурентов. Немаловажным факто-

ром организации дополнительных услуг является подбор компетентного профессионального персонала, непосредственно оказывающего проектируемую услугу. Поскольку непрофессиональное внедрение дополнительных гостиничных услуг подчас может принести предприятию больше вреда (в форме недовольства со стороны клиентов), нежели пользы.

Объект исследования: дополнительные услуги гостиничного предприятия «Славянская».

Предмет исследования: особенности проектирования услуг спортивно-оздоровительного характера.

Цель работы – разработка дополнительных спортивно-оздоровительных услуг гостиничного предприятия (на примере гостиницы «Славянская»).

Цель исследования предопределила решение следующих задач исследования:

- изучить организацию и проектирование дополнительных спортивно-оздоровительных услуг гостиничных предприятий;
- изучить существующие методы, позволяющие проектировать дополнительные услуги гостиничных предприятий.
- дать характеристику гостиничного предприятия;
- дать анализ деятельности гостиничного предприятия;
- разработать дополнительную спортивно-оздоровительную услугу тренажерный зал для гостиницы «Славянская»;
- определить экономическую эффективность дополнительной услуги.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

1.1 Место дополнительных услуг в гостиничной индустрии

Гостеприимство относится к одному из фундаментальных понятий человечества. Человеку как биологическому существу всегда было непросто выживать на планете. Для того, чтобы жить, ему время от времени приходится покидать дом, место своего постоянного пребывания. Иногда время отсутствия человека растягивается на дни, недели, месяцы. Ему требуется поддержка и помощь посторонних людей в обмен на гарантию такого же отношения к себе, когда они окажутся на его территории.

Гостеприимство - это то, что создает у гостя (клиента) представление о предприятии (гостинице, ресторане, кафе, туристском предприятии и т. д.), оказанных услугах, доброжелательном отношении как об одних из лучших в своей сфере деятельности [22].

Именно гостеприимство лежит в основе целеполагания и миссии гостиничного предприятия. Однако, рассматривая гостиницу как предприятие рыночной среды и субъект экономических отношений, гостиничное предприятие является предприятием, целью которого является получение прибыли с помощью продажи своего «товара» в виде комплекса услуг. Можно сказать, что получение прибыли является конечной целью любого гостиничного предприятия, что позволит ему существовать как субъекту экономических отношений и реализовывать заявленную им миссию с помощью достижения поставленных предприятием целей, необходимых для реализации миссии. Кроме того миссия гостиничного предприятия заключается в восстановлении психофизиологических сил проживающих.

Качество осуществления миссии гостеприимства гостиничного предприятия и реализации его целей напрямую зависит от состава и компонентов гостиничного продукта в виде основных (базовых) и дополнительных гостиничных услуг и определяется требованиями общества и, конкретно, посетителей гостиничных предприятий. Классификация гостиничных услуг представлена на рисунке 1 [43].



Рисунок 1 – Классификация гостиничных услуг

Как и основные услуги, к которым согласно «Правилам предоставления гостиничных услуг» относятся услуги проживания и питания, дополнительные услуги в гостинице предоставляются самим гостиничным комплексом. В соответствии с ГОСТ ОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определе-

ния» услуга – это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг [2]. Правила их предоставления регулируются ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003) «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения». Организация и проектирование спортивно-оздоровительных услуг при гостиничном предприятии регулируется требованиями ГОСТ ОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения», ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003) «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения» и ГОСТ Р 52024-2003 «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования», а также нормативной и технической документации на услуги конкретного вида.

В настоящее время в обществе большое внимание уделяется здоровому образу жизни. Многие в привычной обстановке посещают спортивные клубы, оздоровительные центры и т.д., и в оторванности от обычной жизни, клиенты гостиницы тоже желают воспользоваться спортивно-оздоровительными услугами. Спортивно-оздоровительные услуги относятся к категории дополнительных услуг, обеспечивающих восстановление психофизиологических сил проживающих, а так же дополнительный доход гостиничного предприятия. Классификация дополнительных услуг представлена на рисунке 2 [33].

Согласно ГОСТ Р 52024-2003 «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования» физкультурно-оздоровительная услуга – это деятельность исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя в поддержании и укреплении здоровья, физической реабилитации, а также проведении физкультурно-оздоровительного и спортивного досуга [5].

Спортивная услуга – это деятельность исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя в достижении спортивных результатов. Потребителем услуги является гражданин (организация), имеющий намерение заняться (занимающийся) физическими упражнениями и спортом для поддержания и укрепления здоровья, профилактики заболеваний, поддержания вы-

сокой работоспособности, а также принять участие в различных видах активного отдыха и проведения досуга при посещении спортивно-зрелищных, культурно-массовых и развлекательно-игровых мероприятиях.



Рисунок 2 – Классификация дополнительных гостиничных услуг

Исполнитель услуги – это организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, оказывающие спортивные услуги.

Процессом обслуживания при предоставлении спортивной услуги принято считать совокупность операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем в процессе оказания спортивных услуг.

Условиями обслуживания является совокупность факторов, воздействующих на потребителя в процессе оказания услуги.

Спортивные услуги предоставляются в физкультурно-оздоровительных и спортивных сооружениях, т.е. зданиях, сооружениях, оборудованных площад-

ках и помещениях, оснащенных специальными техническими средствами и предназначенными для физкультурно-оздоровительных, спортивных услуг, спортивно-зрелищных мероприятий, а также для организации физкультурно-оздоровительного и спортивного досуга [5].

Согласно п 5.2 ГОСТ Р 52024-2003 «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования» требования к проектируемым при гостиничном предприятии спортивным услугам должны учитывать интересы потребителей и обеспечивать:

- формирование здорового образа жизни потребителей;
- безопасность и экологичность;
- систему подготовки спортсменов различной квалификации;
- точность и своевременность исполнения;
- эргономичность и комфортность;
- эстетичность;
- зрелищность услуг;
- этичность обслуживающего персонала;
- социальную адресность;
- информативность.

Формирование здорового образа жизни потребителей предусматривает:

- соответствие оказываемой услуги потребностям и физическим возможностям потребителя услуги;
- доступность и обеспеченность населения спортивными услугами;
- использование исполнителем услуги индивидуальных методик (планов) занятий и индивидуальной системы тренировок по выбранным видам услуг [5].

В персонал спортивно-оздоровительного центра гостиницы входят: его руководитель, администраторы, кассиры, служба безопасности, инструкторы, медицинские работники. Режим работы определяется исходя из потребностей основного контингента потребителей. При оказании спортивных услуг обслуживающий персонал, включая тренеров, инструкторов, медицинских работников, должен быть приветливым, доброжелательным, коммуникабельным и

уметь создавать для потребителей комфортные условия при реализации этих услуг [25].

Обслуживающий персонал, оказывающий спортивные услуги, должен иметь соответствующую спортивную и профессиональную квалификацию, подтвержденную документами, оформленными в установленном порядке, а также медицинскую книжку.

Обслуживающий персонал спортивно-оздоровительных центров гостиничных предприятий должен обеспечить безопасность жизни, здоровья потребителей, сохранность их имущества при оказании услуги, а также уметь действовать во внештатных ситуациях (пожар, несчастный случай, ухудшение самочувствия, резкое изменение погодных условий и т.д.), изучать и учитывать в процессе оказания услуги индивидуальные различия потребителей услуги.

Таким образом, важным для обеспечения конкурентной способности гостиницы, повышения качества обслуживания гостей и одним из факторов, формирующих эксплуатационную программу гостиничного предприятия, является ассортиментная политика. Формирование оптимальной структуры ассортимента и номенклатуры основных и дополнительных услуг основывается, с одной стороны, на потребительских требованиях определенных групп потребителей (сегментов рынка), а с другой, - необходимостью обеспечения эффективного использования гостиницей материальных, технологических, финансовых и иных ресурсов с тем, чтобы оказывать услуги с низкими издержками.)

Проектирование новых услуг предполагает принятие решений об их характеристиках, о принципах формирования ассортимента, ориентируясь на которые гостиница сможет добиться более гармоничной структуры ассортимента и об основных направлениях изменения ассортиментных групп. Оно заключается в планировании всех видов деятельности, направленных на отбор услуг для будущей деятельности и сбыта, разработки характеристик этой услуги в соответствии с требованиями потребителей. Проектирование ассортимента является непрерывным процессом, продолжающимся в течение всего жизненного цикла услуги, начиная с зарождения замысла о создании новой услуги и кончая

снятием ее с реализации. Услуги проживающим в гостиницах, оказывают как персонал гостиниц, так и работники смежных предприятий, специализирующихся на этом виде деятельности.

1.2 Виды дополнительных услуг гостиничных предприятий

Разнообразие оздоровительных дополнительных услуг гостиничного предприятия зависит от имеющейся спортивно-оздоровительной базы, оснащения названных центров. В зависимости от категории и назначения гостиницы ассортимент спортивно-оздоровительных услуг может включать: водно-оздоровительный центр: бассейн, сауна, джакузи, бани; тренажерный зал с тренажерами различного типа; СПА-комплекс с массажем, талассотерапией, бальнеотерапией, ароматерапией, фитотерапией и физиотерапией; солярий. Виды спортивно-оздоровительных услуг гостиничного предприятия представлены на рисунке 3.

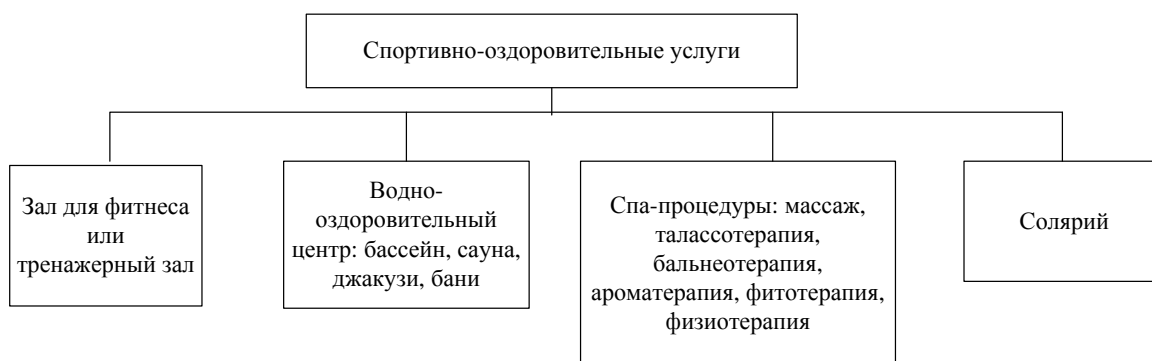


Рисунок 3 – Виды спортивно-оздоровительных услуг гостиничного предприятия

Вообще ассортимент услуг, оказываемых гостиничным предприятием - это один из факторов ценности ее в глазах потребителей, широта ассортимента дополнительных услуг является одним из весомых аргументов при присвоении разряда (класса) гостиницы [24].

Ассортимент услуг гостиничного предприятия - это набор услуг и других сервисных продуктов разного вида, назначения и наименования.

Услуги, которые предоставляются гостю, во многом определяются тем, насколько гостиница будет иметь постоянный доход и, соответственно, возможность расширения гостиничного бизнеса.

Важным фактором в оказании гостиничных услуг имеет ее качество. Согласно ГОСТ ОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения» качество услуги – это совокупность характеристик или показателей качества услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя [2].

Согласно ГОСТ Р 52024-2003 «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования» качество спортивной услуги – это совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять физкультурно-оздоровительные и спортивные потребности потребителя [5].

В соответствии с определением ГОСТ ISO 9000 качество услуг - это степень соответствия совокупности присущих характеристик услуг требованиям, предъявляемым к услугам. На качество оказания услуги влияет качество обслуживания потребителей данной услуги. Качество обслуживания – это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя [10].

На качественное обслуживание влияет множество факторов. Можно выделить три основных фактора, которые воздействуют на качественное обслуживание рисунок 4.

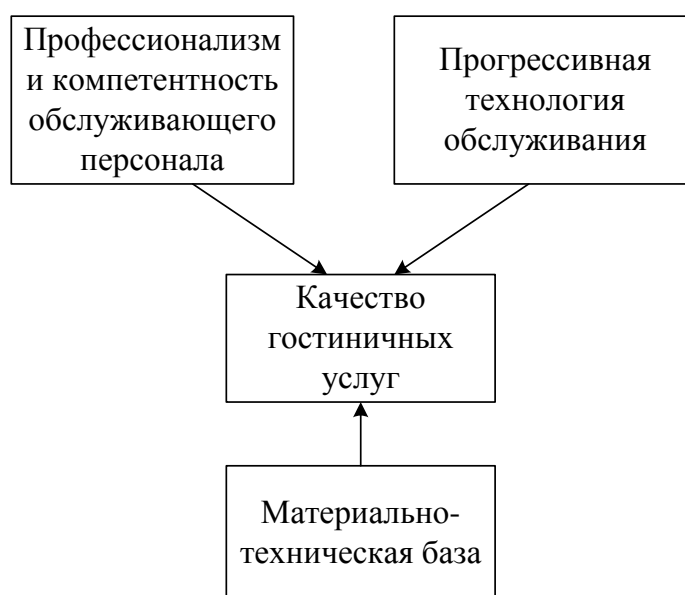


Рисунок 4 –Факторы, влияющие на качество гостиничного обслуживания

Их можно назвать базовыми элементами качественного обслуживания, так как при оценке качества гостиничных услуг клиент рассматривает оформление холла гостиницы, номер, где он проживает, а также работу персонала, их профессионализм и компетентность.

Показателем качества услуги является количественная или качественная характеристика одного или нескольких свойств услуги, определяющих ее способность удовлетворять потребности потребителя. Показатели услуг представлены в таблице 1.

Уровень качества услуги является относительной характеристикой качества услуги, основанная на сравнении фактических значений показателей ее качества с нормативными значениями этих показателей. Для обеспечения высокого уровня обслуживания потребителей услуг проводится оценка и контроль их качества. Оценка качества услуг – это определение показателей качества услуг с учетом достоверности и/или точности количественных значений [33].

Контроль качества услуг – это деятельность по определению значений показателей качества услуг и сравнения полученных результатов с установленными требованиями. Требование к услуге – это документально изложенный критерий, которому должна соответствовать конкретная оказываемая услуга [42].

Таблица 1 – Основные характеристики услуг

Показатель	Характеристика показателя
Надежность	Способностью персонала в точности предоставить обещанную услугу.
Предупредительность	Решимость помочь клиенту и без задержки оказать услугу.
Доверительность	Умение персонала вызывать доверие.
Доступность	Легкость и непринужденность установления связей с персоналом обслуживания.
Коммуникативность	Способность обеспечить обслуживание, вовремя и без дополнительного запроса с их стороны клиента.
Внимательное отношение	Каждый клиент имеет особые потребности, отличающиеся от потребностей других людей.

Для поддержания качества услуг на высоком уровне гостиничными предприятиями предусматривается контроль качества предоставляемых услуг. В соответствии с определением ГОСТ ISO9000 контроль качества - это процедура

оценки соответствия путем проверки, наблюдения и суждений, сопровождаемых соответствующими испытаниями или измерениями. При оценке и контроле качества предоставляемых услуг используются определенные методы. Методы(способ) контроля качества услуг – это совокупность правил, принципов, средств, позволяющих контролировать качество услуги [10].

Согласно п.4.2 ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003) «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения» спортивно оздоровительные услуги гостиничного предприятия относятся к возможностям дополнительных услуг гостиничных предприятий для оздоровления [4].

Согласно п.4.1.4 ГОСТ Р 52024-2003 «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования» предоставление физкультурно-оздоровительных и спортивных сооружений (объектов) посетителям гостиничного предприятия включает в себя:

- использование физкультурно-оздоровительных и спортивных сооружений, оборудованных для проведения соответствующих занятий;
- использование объектов для оздоровительного отдыха;
- пользование спортивным оборудованием (тренажерами, снарядами, инвентарем);
- обеспечение квалифицированным обслуживающим персоналом и создание условий для восстановления сил и здоровья, а также для активного отдыха, проведения досуга;
- создание повышенного уровня комфортности в сочетании с организацией досуга.

ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003) «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения» регулирует виды дополнительных спортивно-оздоровительных услуг (рисунок 4) [4].

Для оказания спортивно-оздоровительных услуг необходимо специализированное оборудование, открытый плавательный бассейн (для взрослых и де-

тей), тренажерный зал, пляж, причал, спортивные игровые и детские площадки, катки, велосипедные дорожки, пешеходные тропы и другое.

В минимальный комплекс спортивно-оздоровительного центра, как правило, входят тренажерный зал, сауна, солярий, бассейн, салон красоты.

Оборудование тренажерного зала может быть разделено по степени использования на коммерческое и бытовое. Тренажеры различаются по функциям и видам выполняемых на них работ. Виды оборудования тренажерных залов представлены на рисунке 5.

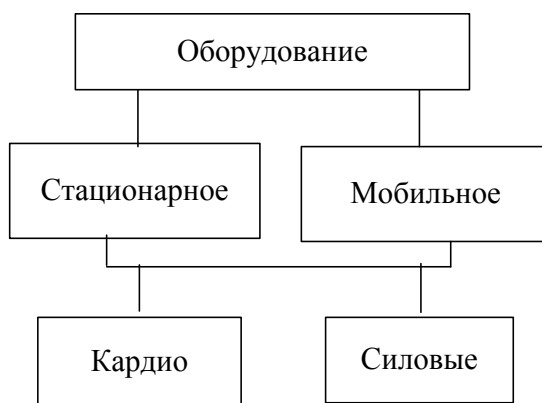


Рисунок 5 – Виды оборудования тренажерных залов

Для оказания дополнительных спортивно-оздоровительных услуг с помощью тренажерного комплекса возможно помимо силовых тренажеров применение кардиотренажеров. Кардиотренажеры изображены на рисунке 6. К кардиотренажерам относятся вело- и гребные, беговые и шаговые тренажеры, хайкеры, имитирующие ходьбу на лыжах. Все они в той или иной степени влияют на деятельность сердечнососудистой системы.



Рисунок 6 – Кардиотренажеры

С помощью специальных программ клиенты тренажёрного зала тестируются, и каждому подбирается индивидуальная программа с повышающимися нагрузками. Тренажеры должны быть оснащены системой датчиков, информирующих о пульсе, количестве пройденных километров.

Силовые тренажеры – вид спортивного инвентаря, который предназначен для усиления эффекта тренировок. Выпускаются модели для разных групп мышц, уровня нагрузки и способа эксплуатации. Силовая станция изображена на рисунке 7.

В основе работы силовых тренажеров лежит единый принцип – при помощи утяжеления грузом усиливается давление на мышцы во время движений.

Тренажеры предназначены для различных упражнений, способствующих укреплению мышечной системы или различных групп мышц. Спектр упражнений зависит от цели занятий, переносимых нагрузок. Тренажеры различают: тренажеры под собственным весом и тренажеры с добавлением веса.



Рисунок 7 – Силовая станция

В составе водно-оздоровительного комплекса используют: сауну, бассейн. Сауна (баня) оказывает благотворное влияние на нервно-мышечный аппарат, кровообращение, кожу. Сауны отделывают из специальными породами дерева, стойких как к сухому, так и влажному нагреванию. Сауна включает раздевалки, комнаты отдыха, душевые, бассейн, парную, встроенную вентиляционную систему, панели управления.

Бассейн является сложным техническим сооружением, в которое входят системы очистки и подогрева воды, ее сброса при мытье ванн. Возможны са-

мые различные конфигурации чаш бассейнов, отделанных специальная керамической плиткой, стеклянной мозаикой, водостойким мрамором. Системы фильтрации воды монтируются в техническом помещении, размеры которого зависят от объема бассейна. Один из вариантов рециркуляции воды в бассейне - переливной, при котором излишки воды поступают в переливной лоток, расположенный по периметру бассейна. Из переливного лотка вода самотеком поступает в накопительную емкость и затем забирается насосом фильтровальной установки. Возврат воды в бассейн осуществляется через донные форсунки [35].

В бассейнах применяются как химический метод обеззараживания воды (хлорирование), так и физические методы — ультрафиолетовое облучение и озонирование. Они позволяют снизить дозу хлора до минимального количества.

Система автоматического климат-контроля позволяет контролировать микроклимат в бассейне, душевых, раздевалках. Средняя глубина взрослых бассейнов - 140 см, детских - 100 см. Бассейн должен соответствовать нормам по площади водной поверхности, температурному режиму, качеству воды и др. Работа бассейна невозможна без инструкторов, медицинского и технического персонала, обеспечивающих безопасность, чистоту и порядок. Оснащение водно-оздоровительного центра гостиницы представлено на рисунке 8 [35].



Рисунок 8 – Оснащение водно-оздоровительного центра гостиницы

Оздоровительный центр может включать в себя СПА-комплекс со следующими услугами:

- *массаж* как активное средство профилактики заболеваний, сохранения работоспособности. Массаж - это механическое воздействие на поверхность тела человека руками массажиста или специальными аппаратами. Разработка новых технологий привела к созданию мультипрограммных массажных кресел. Встроенный компьютер контролирует все стадии массажа, регулируя угол наклона спинки и подставки под ноги. С помощью пульта управления можно выбрать в зависимости от самочувствия и настроения индивидуальную программу, вид массажа, его интенсивность и диапазон воздействия.

- *талассотерапия* (термин означает «лечение морем») подразумевает использование под медицинским контролем элементов морской среды: климата, воды, водорослей, лечебных грязей, песка, которые обладают способностью концентрировать элементы этой среды. Минимальный рекомендуемый курс лечения - 6 дней, более стойкий эффект наблюдается после 8-10 дней пребывания; Все процедуры проводятся при температуре морской воды 32 -35 °С. Морская вода хранится в резервуарах не более 48 ч, повторно никогда не используется.

К процедурам талассотерапии относят:

- лимфатическое дренажирование (метод ручного воздействия на систему выведения токсинов и активного восстановления лимфы);

- ванны с грязями и морскими водорослями (приводят к снижению веса, изменению минеральной компоненты и релаксации);

- водную гимнастику (улучшает мышечно-сердечный тонус);

- бальнеотерапевтические кабины и души с интенсивными струями воды (снимают стрессы);

- массаж (общий и специальный для стимуляции кровообращения, понижения мышечного гипертонуса, повышения упругости и эластичности кожи);

- мануальную терапию;

- аква-тренинг (последовательная постепенная растяжка всех мышечных групп в подогретой морской воде), улучшающий эластичность тканей и кровообращение;

- гидромассаж (максимальное расслабление в индивидуальной ванне, оснащенной множеством отверстий для воды и воздуха под давлением);

- подводный душ (процедура, идентичная гидромассажу, но проводимая в бассейне);

- альготерапию (полное обертывание подогретыми водорослями или применение локальных аппликаций под инфракрасными лучами, что способствует выведению токсинов, улучшает подвижность суставов, снимает нервное и физическое напряжение).

- *бальнеотерапия*- это воздушно-пузырьковые ванны (с травами, хвоей) с водой из подземных источников.

- *ароматерапия*- профилактика и лечение ароматами растений.

- *фитотерапия*- профилактика и лечение с использованием целебных свойств растений (сборы: иммунно-стимулирующий, витаминный, гипотензивный, панкреатический, желудочный).

- *физиотерапия*-лечение с помощью искусственных физических факторов (гальванизации, электрофореза, светолечения, теплолечения) [35].

Визуализация СПА-процедур в гостиничном предприятии представлена на рисунке 9.

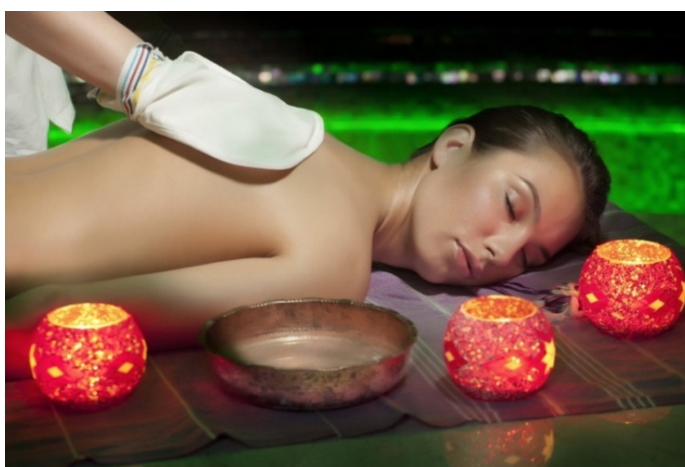


Рисунок 9 – СПА-процедуры в гостиничном предприятии

Также оздоровительные центры организуют салоны красоты, где предлагают услуги и консультации косметологов, визажистов (очистка кожи, маски, депиляция, макияж, маникюр, педикюр, солярий).

В персонал спортивно-оздоровительного центра входят: его руководитель, администраторы, кассиры, служба безопасности, инструкторы, медицинские работники. Режим работы определяется исходя из потребностей основного контингента потребителей.

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

Таким образом, дополнительные услуги гостиничного предприятия зависят от его оснащения средствами их оказания. Ассортимент предлагаемых спортивно-оздоровительных услуг гостиничных предприятий зависит от оснащения гостиничного предприятия спортивными центрами и средствами оказания этих услуг.

1.3 Методы проектирования дополнительных услуг гостиничных предприятий

В современных условиях хозяйствования предприятия индустрии гостеприимства самостоятельно решают, какие виды услуг и в каком объеме оказывать клиентам. В связи с этим особую актуальность приобретает применение научно-обоснованной системы методов их проектирования. Применение их способствует более эффективному использованию потенциала предприятия, росту объема выполненных услуг и завоеванию определенной доли рынка. При проектировании дополнительных услуг гостиничных предприятий учитывают принципы: принцип единства; принцип непрерывности; принцип гибкости; принцип полноты проектирования; принцип ранжирования объектов проектирования по их важности; принцип экономической обоснованности проек-

та; принцип социальной ориентации проекта; принцип автоматизации системы проектирования; принцип участия; принцип ответственности за разработку и выполнение проекта; принцип точности [21].

Системой управления и организации деятельности фирмы по разработке, производству и предоставлению услуг, основанной на комплексном учете процессов происходящих на рынке, ориентированных на удовлетворение личных или производственных потребностей, которая обеспечивает достижение отелем своих целей является гостиничный маркетинг.

Гостиничный маркетинг призван привести оказание услуг в соответствии с спросом, и направить усилия гостиницы на создание таких услуг, которые бы отвечали запросу. Методы, используемые в процессе проектирования услуг повышают обоснованность принятия решений при предоставлении услуг [40].

Основная цель маркетинга гостиничных услуг - это процесс разработки услуг, продвижения их и реализация, ориентированной на выявление и удовлетворение специфических потребностей клиентов.

План разработки дополнительной услуги гостиничного предприятия направлен на:

- 1) маркетинговый анализ с определением потребностей, выявлением групп потенциальных покупателей;
- 2) координацию деятельности организации по достижению наиболее выгодной позиции на рынке;
- 3) определение путей контроля по ведению бизнеса в соответствии с заранее установленными целями;
- 4) реализация услуг соответствующим целевым группам.

Основные функции современного гостиничного маркетинга заключаются в комплексном тщательном исследовании рынка, спроса, вкусов и желаний потребителей и направлений маркетинговой деятельности; планировании ассортимента услуг; формировании спроса, организации рекламы и мероприятий по стимулированию сбыта; планировании сбытовых операций; формировании ценовой политики отеля.

Гостиничный маркетинг нацелен на решение следующих задач, представленных на рисунке 11.

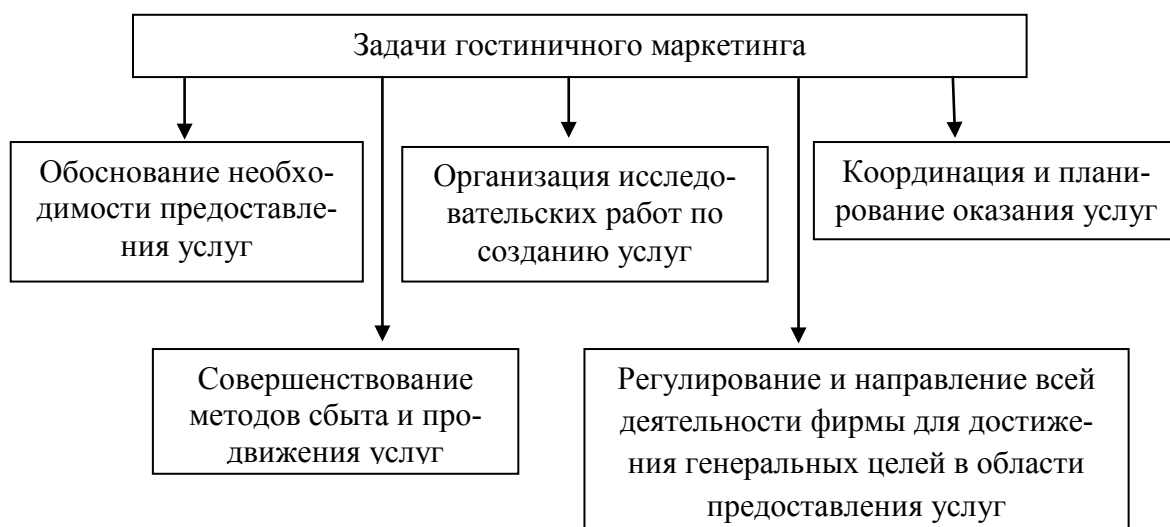


Рисунок 11 – Задачи маркетинговой деятельности по проектированию услуг гостиничного предприятия

В принципе все эти функции могут быть сведены к двум группам: аналитической (информационной) и управленческой. Первая предполагает проведение маркетинговых исследований, а вторая - планирование и практическое осуществление маркетинговой деятельности.

Основой решения выполнения всех задач является построение системы сбора информации, исследований рынка. Маркетинговые исследования занимают важное место в гостиничном бизнесе, которые основываются на изучении потребностей и желаний потребителей и ожиданий гостей, а на основе анализа собранной информации, разрабатываются мероприятия по совершенствованию услуг и работы в целом гостиничного предприятия.

В работе по проведению исследований могут быть использованы как первичные, так и вторичные данные. Первичные – это данные, впервые собранные специально с целью решения определенной проблемы в туристской среде. Вторичные – данные, собранные ранее с другими целями, которые можно получить, просто посетив библиотеку или другие хранилища вторичных данных.

Сбор первичной информации требует значительных затрат, но и полученные данные имеют больший эффект в решении проблемы. В ходе сбора

первичной информации периодически обновляются и вторичные данные. В них вносятся необходимые поправки.

Метод опроса (опросная техника) позволяет собирать информацию посредством задаваемых вопросов и включает фактический опрос, опрос мнений и объяснительный опрос.

Анкетирование как фактический опрос–метод письменного опроса большого количества респондентов с целью сбора информации. Анкеты наиболее удобны для их математической обработки и скорости обратной связи с посетителями, ими можно охватить большой круг людей туристской индустрии. В крупных гостиничных цепях предлагают заполнить анкеты. Заполненные листы передают менеджерам, которые, как правило, впоследствии разрабатывают план по устранению недочетов или проектированию новых дополнительных услуг.

Маркетинговое исследование в гостиничном секторе представляют собой поэтапное выполнение следующих действий [54].

1. Выявление проблем и формулирование целей исследования;

Отправным пунктом в проведении исследований является формулирование целей, выявление проблем и формулировка гипотезы исследования.

2. Отбор источников информации;

После определения цели исследования, необходимо сделать правильный выбор источников информации, которые могут содержать как первичные, так и вторичные данные.

Под первичными данными понимается информация, которая собирается впервые, в результате специально проведенного исследования.

Вторичные данные представляют собой внутреннюю и внешнюю информацию, ранее собранную с другими целями, которую можно получить, изучив источники в библиотеке данных.

3. Сбор информации[26].

Следующим этапом в проведении маркетинговых исследований является сбор источников информации, ее упорядочивание и формализация.

Для этого используются количественные и качественные методы.

Качественный метод включает в себя сбор, анализ и интерпретацию данных путем наблюдения за тем, что люди делают и говорят.

Количественный метод связан с проведением различных опросов, в которых используются структурированные вопросы закрытого типа, на которые отвечает большое число респондентов.

Количественные методы применяются, когда необходимы точные, статистически надежные численные данные, которые позволяют в результате иметь не мнения и предположения, а точные количественные (числовые) значения изучаемых показателей: сколько, как часто, какого типа [40].

Основным критерием отнесения исследования к количественному виду является соответствующий объём выборки. Такая выборка должна быть статистически значимой, иначе говоря – достаточно большой.

Выборка – это некоторая часть объектов генеральной совокупности, которая выступает в качестве объектов непосредственного изучения.

Генеральная совокупность – это всё множество объектов, обладающих определенным набором признаков (пол, возраст, доход, численность, оборот и т.д.). Выборка должна быть репрезентативной.

Репрезентативность – свойство выборки воспроизводить характеристики генеральной совокупности. Таким образом, выборка должна быть копией генеральной совокупности относительно характеристик, существующих для цели исследования [40].

На основе положений математической статистики, исходя из заданных величин допустимой ошибки и доверительной вероятности, можно рассчитать требуемый размер выборки по формуле:

$$n = \frac{1}{\sigma^2 + \frac{1}{N}}, \quad (1)$$

где n – размер выборки;

σ – допустимая ошибка;

N – размер генеральной совокупности.

К количественным методам относятся: эксперимент, массовый опрос, анкетирование и мониторинг.

Массовый опрос и анкетирование являются ведущими универсальными методами проведения маркетинговых исследований. Чаще всего, когда говорят о маркетинговом исследовании – сборе первичной информации, имеют ввиду опрос или анкетирование, предполагающие прямое выяснение непредвзятого мнения достаточно многочисленной группы респондентов.

Массовым считается опрос, в ходе которого, путем личной беседы интервьюера с носителями информации (респондентами), состоящей из нескольких десятков коротких вопросов, изучаются мнения нескольких сотен человек [30].

Под анкетированием понимают безличную форму общения исследователей с носителями информации, при которой респонденты самостоятельно отвечают на вопросы анкеты, следуя содержащейся в ней инструкции и не вступая в непосредственный контакт с интервьюерами [36].

Мониторинг как система постоянного сбора и сплошного отслеживания четко определённого круга данных дает подробную картину рыночной действительности, независящую от воли и желания отдельных участников рынка, неподверженную погрешностям, связанным с другими видами сбора информации [36].

4. Анализ собранной информации.

Данные результатов анализа полученной информации, как правило, заносятся в таблицы. Цель таблицы – упорядочить полученные данные.

5. Представление полученных результатов [36].

На этапе представления полученных результатов должен быть составлен полный отчет, где в наглядной форме подробно изображены все аспекты проведенных исследований, делаются выводы, формируются рекомендации по решению проблемных вопросов.

6. Анализ использования результатов исследования;

Результатом этой работы станет максимум полезной информации, анализ которой даст возможность сделать определенные выводы, найти решение существующих проблем [36].

Вторая (управленческая) группа предполагает создать диаграмму процесса взаимодействия потребителя и исполнителя услуги. Метод диаграммного проектирования позволяет визуально представить процесс производства услуги и обслуживания потребителя, а также выделить последовательность задач, непосредственно связанных с этим процессом. Согласно технологии диаграммного проектирования необходимо, прежде всего, различать «полосу видимости» для потребителя выполняемых в процессе оказания услуги задач. На видимой части диаграммы размещаются и анализируются этапы процесса оказания услуги и решаемые при этом задачи. На невидимой части диаграммы анализируются задачи, решаемые в процессе производства услуги. Процессы взаимосвязаны, поддаются контролю и изменяемы, а задачи взаимозаменяемы.

Блок-схема этого метода называют сервисным планам. Сервисный план описывает основные характеристики операций обслуживания, но не содержит каких-либо непосредственных указаний относительно того, как обеспечивается соответствие процесса обслуживания данному плану[26]. Виды бизнес-планов представлены на рисунке 13.

Кроме этого для разработки плана услуг предполагает состояние финансового плана на расходы необходимые для реализации услуги. Для оценки затрат, производимых при оказании платных услуг, используется метод прямых затрат, который реализован в «Положение о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли (утверждено постановлением Правительства Российской Федерации от 05.08.1992 г. № 552 с последующими изменениями и дополнениями). Стоимость платных услуг определяется исходя из себестоимости их оказания и расчетной прибыли.

Себестоимость услуг представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства услуг основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на производство и реализацию.

В себестоимость услуг включаются:

а) затраты, непосредственно связанные с производством услуг, включая материальные затраты и расходы на оплату труда работников, занятых оказанием услуг;

б) затраты на подготовку и освоение производства;

в) затраты, связанные с управлением производством: содержание работников аппарата управления организации и его структурных подразделений

г) отчисления (страховые взносы) в пенсионный фонд, фонд социального страхования, фонд обязательного медицинского страхования и фонд занятости населения от расходов на оплату труда работников, занятых в производстве услуг, в соответствии с порядком, установленным законодательством Российской Федерации.

д) налоги, сборы, платежи и другие обязательные отчисления, производимые в соответствии с установленным законодательством порядком;

Вывод по первому разделу

Таким образом, подводя итоги теоретического обоснования необходимости совершенствования дополнительных услуг гостиничных предприятий, можно отметить следующее: услуги гостиничных предприятий могут быть основными и дополнительными. Согласно «Правилам предоставления гостиничных услуг» к основным гостиничным услугам относятся услуги проживания и питания.

Перечень дополнительных услуг зависит от категории гостиницы. Задачи гостиничного предприятия является расширение перечня услуг в соответствии с запросами гостей и организация их бытового обслуживания. Вся работа по организации услуг должна быть хорошо продумана и организована. Предприятия, оказывающие услуги, должны размещаться в доступном месте (чаще всего на первом этаже). В вестибюле, на этажах, в номерах должна быть информация о том, как и где, получить услуги, часы работы должны быть удобными для гостей. В настоящее время в обществе большое внимание уделяется здоровому образу жизни. Многие в привычной обстановке посещают спортивные клубы, оздоровительные центры и т.д., и в оторванности от обычной жизни, клиенты гостиницы тоже желают воспользоваться спортивно-оздоровительными услугами. Спортивно-оздоровительные услуги относятся к категории дополнительных услуг, обеспечивающих восстановление психофизиологических сил проживающих, а так же дополнительный доход гостиничного предприятия.

Разнообразие дополнительных спортивно-оздоровительных услуг зависит от имеющейся спортивно-оздоровительной базы гостиничного предприятия, оснащения имеющихся спортивных центров и их направленности.

Таким образом, для внедрения дополнительных услуг в деятельность гостиничных предприятий необходимо проектирование гостиничного продукта, которое имеет свои методы и технологии. Наиболее распространенными методами разработки и оценки эффективности внедряемых гостиничных услуг служат: метод маркетингового анализа; метод проектных решений; и экономико-

математический методы проектирования, в частности бизнес-планы инвестиционных проектов.

В процессе теоретических исследований установлено, что:

- ассортиментная политика гостиничного предприятия должна быть направлена на удовлетворение потребности клиентов, тем самым, обеспечивается конкурентоспособность гостиницы.

- как и основные услуги, к которым согласно «Правилам предоставления гостиничных услуг» относятся услуги проживания и питания, дополнительные услуги в гостинице предоставляются самим гостиничным комплексом;

- спортивная услуга – это деятельность исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя в достижении спортивных результатов;

- разнообразие оздоровительных дополнительных услуг гостиничного предприятия зависит от имеющейся спортивно-оздоровительной базы, оснащения спортивных центров гостиниц.

В зависимости от категории и назначения гостиницы ассортимент спортивно-оздоровительных услуг может включать: водно-оздоровительный центр: бассейн, сауна, джакузи, бани; тренажерный зал с тренажерами различного типа; СПА-комплекс с массажем, талассотерапией, бальнеотерапией, ароматерапией, фитотерапией и физиотерапией; солярий.

Также в теоретической части работы установлено, что в современных условиях хозяйствования предприятия индустрии гостеприимства самостоятельно решают, какие виды услуг и в каком объеме оказывать клиентам. В связи с этим особую актуальность приобретает применение научно-обоснованной системы методов их проектирования. Применение их способствует более эффективному использованию потенциала предприятия, росту объема выполненных услуг и завоеванию определенной доли рынка.

2 ПРОЕКТИРОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ГОСТИНИЦЫ «СЛАВЯНСКАЯ»

2.1 Характеристика гостиницы «Славянская»

В рамках прохождения преддипломной практики рассмотрена деятельность гостиницы «Славянская», расположенной по адресу:

Юридический адрес гостиницы «Славянская»: Благовещенск, ул. 50 лет октября, 112.

Телефоны: 8 (4162) 99-11-10, 8 (924) 841-11-90.

Основная миссия гостиницы «Славянская» - предоставление максимума качественных услуг по приемлемым ценам.

Гостиница «Славянская» имеет свой официальный сайт <https://slavyanskaya.su/>, на котором дана основная информация о гостинице, ее услугах и возможностях отдыха для потенциальных гостей города Благовещенска. В гостинице «Славянская» посетители могут арендовать номер как при непосредственном посещении гостиницы, так и заранее забронировать его с помощью on-line формы анкеты, размещенной на сайте гостиницы «Славянская».

В гостинице «Славянская» имеются основные службы, организующие сервис для клиентов:

- административная служба;
- коммерческая служба;
- служба управления номерным фондом (отдел обслуживания гостей);
- служба общественного питания;
- инженерные (технические службы);
- вспомогательные и дополнительные службы.

Подобное разграничение служб является очень важным, так как влияет на требования, предъявляемые к персоналу, и непосредственно связано с технологическим циклом обслуживания гостей.

Так, важнейшими требованиями, предъявляемыми к персоналу контактных служб гостиницы «Славянская» являются следующие:

- опрятный и привлекательный внешний вид (соответствующая прическа, маникюр, макияж, одежда, украшения и т.д.);
- безупречная манера поведения;
- знание этики и психологии общения;
- коммуникабельность;
- знание иностранных языков.

Производственная структура гостиничного предприятия «Славянская», представлена в Приложении А.

В гостинице имеется 40 уютных, комфортабельных номеров, которые оборудованы в соответствии с международными стандартами:

1. *Стандартный однокомнатный одноместный номер* оборудован одной односпальной кроватью и полным санузлом (ванна, умывальник, унитаз, душ, биде), рассчитан на проживание одного человека. Имеет площадь номера 17 кв.м. В номере: 2-спальная кровать, прикроватные тумбочки, стол, стул, 2 полукресла, журнальный столик, багажная полка, шкаф для одежды, зеркало, телевизор, холодильник. В ванной комнате находятся: ванна, фен, набор мыльных принадлежностей, комплект полотенец.

2. *Стандартный однокомнатный двухместный номер* оборудован двухспальной или двумя спаренными односпальными кроватями и полным санузлом (ванна, умывальник, унитаз, душ, биде), рассчитан на проживание двух человек. Номер имеет площадь номера 17 кв.м. В номере: 1-спальная кровать и 1,5-спальная кровать, прикроватная тумбочка, стол, стул, 2 полукресла, журнальный столик, багажная полка, шкаф для одежды, зеркало, телевизор, холодильник. В ванной комнате находятся: ванна, фен, набор мыльных принадлежностей, комплект полотенец.

3. *Полулюкс однокомнатный* -номер, состоящий из одной жилой комнаты значительных размеров, в планировании которой предусмотрено использование части помещения одновременно как гостиной, кабинета, столовой. В номер также входит полный санузел (ванна, умывальник, унитаз, душ, биде). Номер рассчитан на проживание одного-двух человек.

Имеет площадь номера 26 кв.м. В номере: 2-спальная кровать, прикроватная тумбочка, стол, стул, 2 полукресла, журнальный столик, багажная полка, шкаф-купе, тумбочка под телевизор, зеркало, телевизор, холодильник. В ванной комнате находятся: ванна, фен, набор мыльных принадлежностей, комплект полотенец, махровый халат.

4. *Люкс двухкомнатный*, состоящий из двух и более жилых комнат - спальни, гостиной (кабинет), оборудованный полным санузлом (ванна, умывальник, унитаз, душ, биде). Имеет площадь номера 32 кв.м. В номере имеются 2-спальная кровать, прикроватные тумбочки, диван, 2 кресла, журнальный столик, багажная полка, шкаф для одежды, тумбочка под телевизор, зеркало, телевизор, холодильник (рисунок 17). В ванной комнате находятся: ванна, фен, набор мыльных принадлежностей, комплект полотенец, махровый халат.

5. *Семейный двухкомнатный номер*- номер для семьи состоит из двух смежных комнат, оборудован односпальными кроватями соответственно количеству гостей, а также полным санузлом (ванна, умывальник, унитаз, душ, биде).Площадь номера составляет 32 кв.м. В номере имеются: 1.5-спальная кровать, три односпальные кровати, прикроватные тумбочки, стол, стул, 2 полукресла, журнальный столик, багажная полка, шкаф для одежды, зеркало, телевизор, холодильник. В ванной комнате находятся: ванна, фен, набор мыльных принадлежностей, комплект полотенец.

Стоимость номеров для проживающих в гостинице «Славянская» оптимально сочетают уровень комфорта, тишину и покой при проживании, удобство расположения, а также требования к уровню сервиса. Стоимость и проживание номеров в гостинице в таблице 3.

Основные услуги гостиницы «Славянская»:

- проживание;
- кафе «Славянское», имеющее меню русской кухни.

Гостиница «Славянская» предлагает гостям широкий спектр дополнительных услуг:

- бесплатный WiFi-интернет;
- круглосуточное обслуживание в номерах;
- услуги бизнес-центра;
- уютное кафе «Славянское»;
- получение и отправка корреспонденции;
- услуги прачечной;
- заказ такси;

- оздоровительные услуги включают: финскую сауну и турецкий хамам, которые позволят снять усталость и напряжение после длительного трудового дня, а также просто хорошо провести время гостям гостиницы (рисунок 19).

Таблица 3 – Стоимость и проживание номеров в гостинице «Славянская»

	Категория номера	Наименование по стандарту	Стоимость в сутки, в рублях	Стоимость, в рублях за 12 часов
1	2	3	4	5
1	Стандартный однокомнатный одноместный номер	SNGL, ensingleroom	2100	1500
2	Стандартный однокомнатный двухместный номер	DBL, endoubleroom	2700	1900
3	Полулюкс однокомнатный	Juniorsuite	3900	2700
4	Люкс двухкомнатный	Suite	5000	3500
5	Семейный двухкомнатный номер	Familystudio	3800	2600

В традиционной сауне расположены: две комнаты отдыха (оборудованные столом, стульями, диванами, телевизором, кухонным уголком, электроприборы), бассейн глубиной 130 см, финская парилка, душевая комната, туалет, шкаф для верхней одежды. Рассчитана на компанию в 8-10 человек.

Турецкий хамам, полностью декорирован ониксом и рассчитан на посещение 6 человек. А также к удобству гостей имеются две парилки (финская и турецкая), джакузи, комната отдыха оборудованная всем необходимым для

удобства гостей (столом, стульями, диванами, телевизором, кухонным уголком, электроприборы) душевая, туалет, шкаф для верхней одежды. Турецкий хамам полезен для здоровья, привлекателен для тех, кто плохо переносит высокую температуру и влажность традиционной сауны. Особенным удобством является нахождение двух видов парилок в одной сауне, что позволяет совмещать разные предпочтения одной компании. Планировка цокольного этажа представлена в приложении Е.

2.2 Анализ дополнительных услуг гостиницы «Славянская»

В процессе разработки услуги проведен анализ имеющихся дополнительных услуг гостиницы «Славянская», не входящих в стоимость проживания за период 2015-2017 гг. Результаты анализа представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Анализ деятельности гостиницы реализации дополнительных услуг в гостинице «Славянская», не входящих в стоимость проживания

Наименование дополнительной услуги	Выручка от реализации дополнительной услуги, в тыс.рублей			Выручка от реализации дополнительной услуги, в %		
	2015	2016	2017г	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7
Оздоровительные услуги	180	220	240	21	21	21
Услуги бизнес-центра	200	260	300	22	25	26
Кафе «Славянское»	450	510	540	50	48	40
Услуги прачечной	60	60	80	7	6	7
Итого:	890	1050	1160			

Анализ таблицы показал, что выручка от реализации дополнительных услуг в гостинице «Славянская» возрастает и пользуется спросом, а значит, расширение ассортимента перечня оздоровительных услуг будет актуальным рисунком 14.

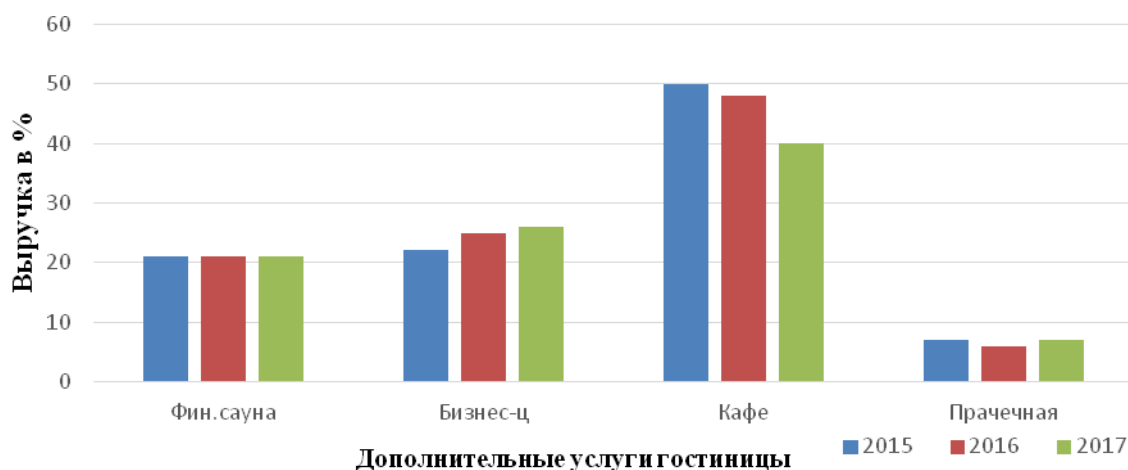


Рисунок 14 – Анализ реализации дополнительных услуг

В качестве дополнительной оздоровительной услуги предложена разработка новой дополнительной услуги спортивно-оздоровительного характера «тренажерный зал». Для этого, в рамках преддипломной практики, проведено маркетинговое исследование клиентов гостиницы «Славянская».

Цель анкетирования- выявить необходимость расширения дополнительной оздоровительной услуги. Анкета содержит 11 вопросов, которые определяют: целевую аудиторию, необходимость проекта тренажерного зала в гостинице, организация процесса сервиса, выбор ресурсов и средств сервиса с учетом требований потребителей, уровень необходимой компетенции персонала, а также стоимостной расчет услуги и организационную деятельность. Результаты анкетирования сведены в Приложение В.

В целях разработки дополнительной услуги гостиничного предприятия проведено анкетирование посетителей гостиницы, в течение одного месяца. Анкета для гостей гостиничного предприятия «Славянская» представлена в Приложении Б и состоит из закрытых по своей форме и технике заполнения анкетных вопросов. Число опрашиваемых клиентов гостиницы определено по формуле (1) и составило 30 посетителей гостиницы. Результаты анкетирования представлены в приложении Б.

Анализ анкетирования позволил предположить, что потенциальный клиент тренажерного зала, это женщина (60% от всех респондентов), в возрасте от 30-50 лет (50%). Большинство опрошенных респондентов (80%) занимаются

спортом и посещают тренажерный зал (70%). Основной целью спортивных занятий по мнению респондентов является коррекция фигуры, укрепление мышц и общее оздоровление организма.

2.3 Разработка дополнительной услуги «тренажерного зала» при гостинице «Славянская»

Проектирование тренажерного зала предполагается на свободных площадях гостиницы «Славянская» на цокольном этаже, $S=20 \text{ м}^2$, генеральный план этажа представлен в Приложении Е.

Для финансового обоснования новой дополнительной услуги, предоставляемых гостиницей «Славянская», произведен расчет проекта тренажерного зала, который предполагает анализ рынка и расчет стоимости услуги.

2.3.1 Анализ рынка и стратегия маркетинга

Конкуренция среди спортивных клубов в Благовещенске достаточно высока. На сегодняшний день тренажерные залы и фитнес-центры того или иного уровня есть в каждом районе Благовещенска, нередко расстояние между ними составляет пару кварталов.

Поданным управления по физической культуре, спорту и делам молодежи администрации Благовещенска сегодня в городе работает 41 фитнес-центр, в которых занимаются 14087 горожан. Высокая конкуренция заставляет либо искать свою нишу, либо повышать сервис, либо выставлять более низкую цену.

Динамика количества жителей города Благовещенска, занимающихся в подобных спортивных заведениях представлена на рисунке 15.

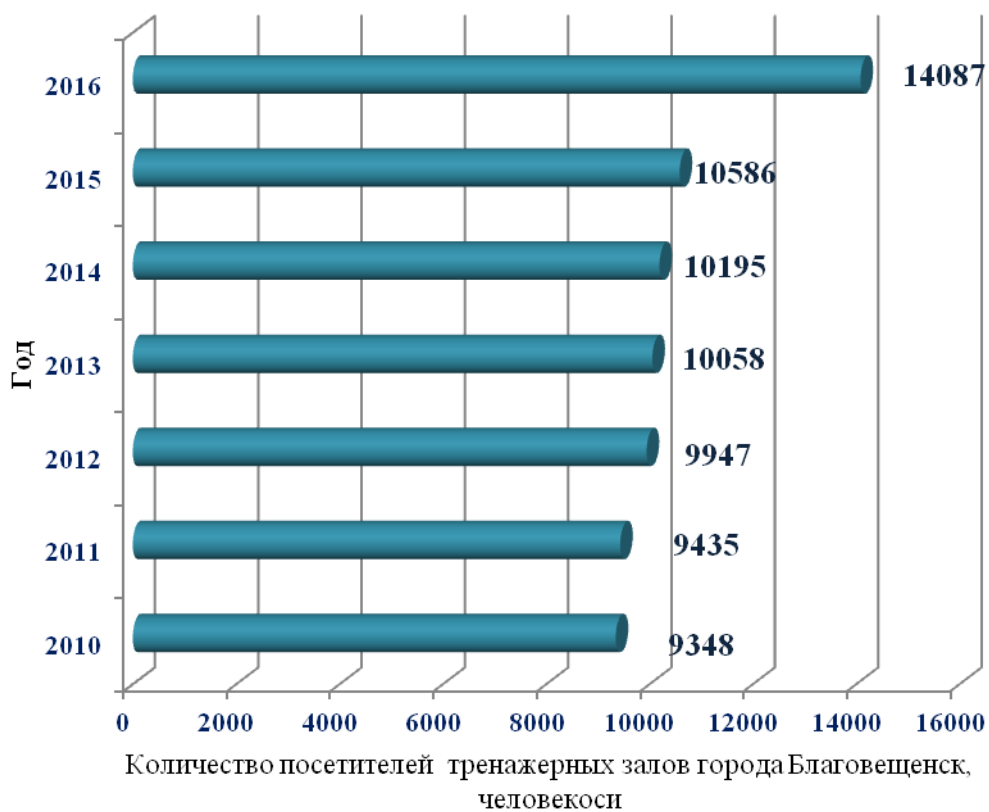


Рисунок 15– Динамика количества посетителей тренажерных залов города Благовещенска

Динамика развития фитнес-центров и тренажерных залов в городе Благовещенск представлена на рисунке 16.

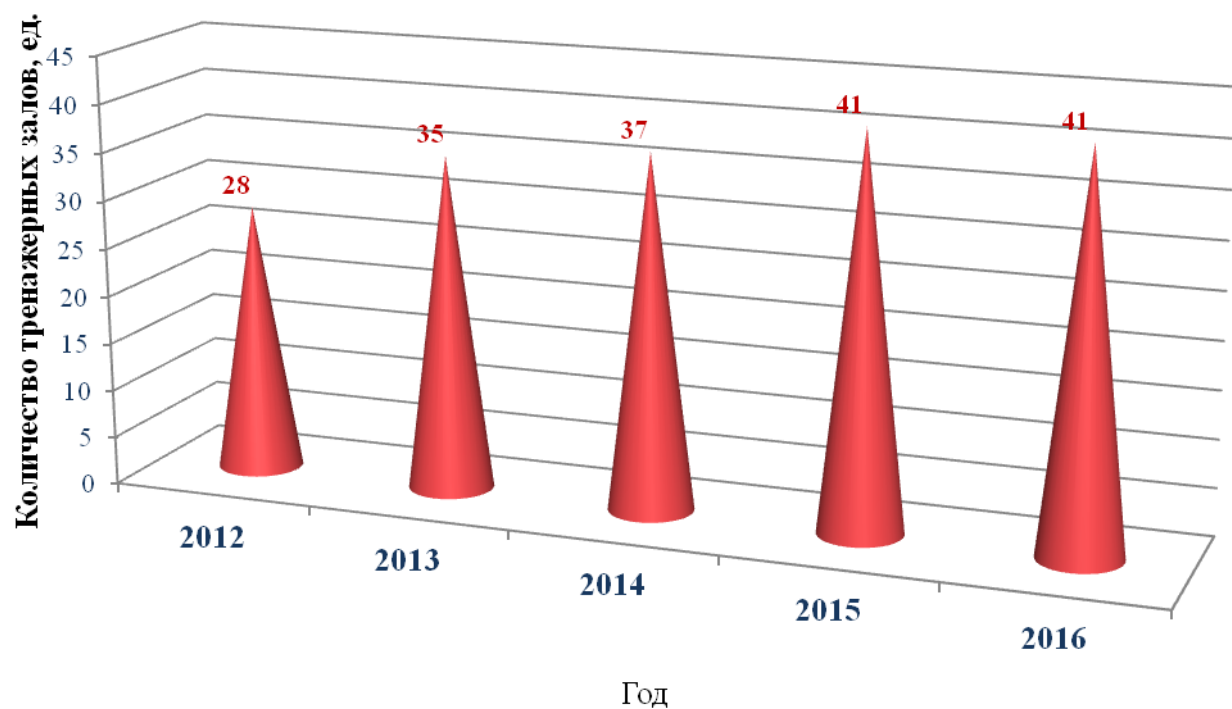


Рисунок 16 – Динамика количества тренажерных залов города Благовещенска

Проводя анализ рисунков 15 и 16 можно сделать вывод о том, что количество жителей города посещающих тренажерный зал увеличивается с каждым годом и бизнес реагирует на спрос открытие предприятий новых услуг.

Цены на услуги фитнес-клубов и тренажерных залов колеблются в пределах от 100 до 1000 рублей за одно посещение. Стоимость месячных абонементов находится в диапазоне от 500 до 5200 рублей, безлимитный абонемент на год находится в интервале от 8400 до 50400 рублей.

Конкурентные преимущества в гостинице «Славянская»: отсутствие тренажерных залов в данном районе, развитые клиентские отношения (индивидуальный подход к каждому клиенту), дополнительный сервис для гостей, доход от эксплуатации пустующих помещений в гостинице «Славянская», различные ценовые программы для постоянных клиентов.

2.3.2 Описание услуги

Тренажерный зал в гостинице «Славянская», расположен в густонаселенном районе города Благовещенска. Вокруг в большом количестве присутствуют офисные помещения, учреждения социально-культурной сферы, остановки общественного пассажирского транспорта и жилые дома.

Планируемый режим работы тренажерного зала с 7.00 до 21.00 ежедневно без выходных дней.

Клиентами тренажерного зала могут быть не только гости, проживающие в гостинице «Славянская», но и жители района ж/д вокзала и города.

В рамках изучения спроса на разрабатываемую дополнительную услугу гостиничного предприятия, проведенное анкетирование посетителей гостиницы, результаты которого представлены в приложении В, показало следующие основные моменты организации процесса сервиса:

1.Стоимость разового посещения тренажерного зала в гостинице «Славянская» должна быть рассчитана на клиентов со средним достатком.

2.большинство респондентов (60%) посещает тренажерный зал в утренние часы.

3.Предпочтения, среди спортивных нагрузок, респонденты отдают силовым и кардио- тренировкам, а также занятиям йоги и леди-класс. Благодаря опросу выявлена предпочтительная оплата услуг и организационная работа тренажерного зала.

Среди основных требований посетителей основными являются внимательность персонала и приемлемые цены. Не маловажными требованиями являются месторасположение тренажерного зала и его стиль оформления. Тренажерный зал в гостинице «Славянская» оказывает услуги на высоком уровне по приемлемым ценам, актуальные, престижные, пользующиеся спросом. Предприятие предполагает сохранить цены стабильными.

Выбор ресурсов с учетом требований посетителей. Особенностью оборудования тренажерного зала, проектируемого в гостинице, размещение на небольшой площади тренажеров, с учетом требований посетителей.

Расстановка оборудования производилась в соответствии со стандартными требованиями к размещению оборудования для тренажерных залов:- в зависимости от размера один кардиотренажер требует примерно 8-9 м² (беговая дорожка, эллипсоид) или 4-5 м² (велотренажер, степпер);

- силовой тренажер комфортно располагается на площади 5-7 м².

Зонирование внутренней структуру тренажерного зала проводилось согласно общих правил:

1. Кардио-зона: беговые дорожки, велотренажеры, эргометры, эллипсоиды, степперы.

2. Зона свободных весов: Скамьи для проработки всех мышц, сборные гантели, штанги.

3. Атлетическая зона: мультистанции, кроссоверы, бицепс- и трицепс-машины, баттерфляй, верхняя тяга, пресс- и торс-машины.

При расстановке тренажеров учитывалось, что расстояние между ними и до стены должно составлять не менее 50 см, расстояние между тренажерами не менее 1 метра.

Зонирование помещения и планировка тренажерного зала для оказания услуги представлено в Приложении Д.

Учитывая, что клиентами проектируемого тренажерного зала будут являться все категории граждан по возрастному, гендерному и социальному признаку в таблице 9 представлен модельный ряд требуемого спортивного оборудования, которое может быть размещено на площади планируемого тренажерного, которая зала составляет 30 м².

При выборе оборудования для тренажерного зала предпочтение отдавалось моделям профессионального класса, чтобы не ограничивать возможности занятий клиентов.








Таблица 9 - Перечень оборудования для тренажерного зала

Наименование оборудования(количество)	Вид оборудования	Габаритные размеры	Стоимость, руб.
1	2	3	4

КАРДИО-ЗОНА			
1. Беговая дорожка AlphaFitness-Comfort (2)		51x142	90000
2. Велотренажер LifeGear20320 (2)		94x45x124	26000
3. Эллиптический тренажер TorneoTransform (1)		168x68x157	34000
ЗОНА СВОБОДНЫХ ВЕСОВ			
4. Гантели для фитнеса Torneo, 0,5 кг(2)		-	1600
5. Гантели для фитнеса Torneo, 1,5 кг(2)		-	2400

Продолжение таблицы 9

1	2	3	4
---	---	---	---

6. Гантели для фитнеса Torneo, 3,0 кг (2)		-	2400
7. Гантели наборные Torneo, 10,0 кг (2)		-	8000
АТЛЕТИЧЕСКАЯ ЗОНА			
8. Мультистанция В MG 4700 ТНС (2)		158x230x205	40000
СТРЕТЧИНГ ЗОНА			
9. Коврик для фитнеса (10)		80x220	20000
9. Эластичные ленты (6)		-	4800
10. Мяч гимнастический (5)		Ø = 55-85	5000
11. Обруч (3)		Ø = 93	4500

Продолжение таблицы 9

1	2	3	4
---	---	---	---

12. Скакалка		-	8400
--------------	---	---	------

2.3.3 Организация производства

Для реализации проекта разработана организационная структура управления спортивного комплекса, в гостинице «Славянская», которая имеет следующий вид рисунок 22.

Представленная структура является линейно-функциональной, что полностью отвечает потребностям гибкого и оперативного руководства малого предприятия в гостиничном бизнесе.

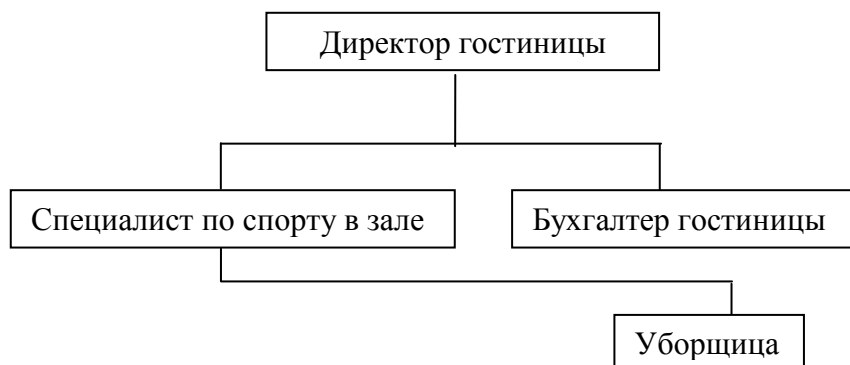


Рисунок 22 – Организационная структура управления тренажерным залом

Основные функции персонала определяются действующим законодательством РФ, Учредительными документами предприятия, трудовыми договорами и должностными обязанностями и имеют следующий вид. Найм сотрудников будет проводиться на конкурсной основе в сроки, определенные графиком реализации проекта. Планируемый график работы, сотрудников тренажерного зала гостиницы «Славянская», представлен в таблице 10.

Основными принципами кадровой политики сотрудников тренажерного зала гостиницы «Славянская» являются:

- ориентация на подбор высококвалифицированного персонала;
- поддержание и развитие корпоративной культуры;
- формирование благоприятного морально-психологического климата в коллективе, системы уважения и взаимопомощи;

- обеспечение достойного уровня оплаты труда;
- индивидуальный подход к сотрудникам;
- открытость руководства к предложениям сотрудников.

Таблица 10–График работы сотрудников тренажерного зала при гостинице «Славянская»

Должность	График работы	Количество сотрудников
Специалист по спорту	8 часов в день, 40 часов в неделю, посменно	3
Уборщица	Ежедневно 5,7 часов в день, 40 часов в неделю, график работы - гибкий	1

Требования к персоналу тренажерного зала представлены в таблице 11

Таблица 11 –Требования к персоналу тренажерного зала при гостинице «Славянская»

Должность	Требования		
	Образование	Специальность	Опыт работы
Специалист по спорту	Средне специальное, высшее	Спортивная медицина или спортивный педагог -	От 1 года
Уборщица	-	-	Не имеет значения

Таблица 12–Реализация и распределение функций по управлению персоналом в тренажерном зале при гостинице «Славянская»

Функция системы управления персоналом	Краткое содержание функции	Кто реализует
1	2	3
Кадровое делопроизводство	Включает подготовку различных приказов, ведение личных карточек сотрудников, хранение и ведение трудовых книжек, составление графика отпусков и др.	Генеральный директор, главный бухгалтер
Разработка должностных инструкций		Генеральный директор
Управление набором кандидатов для найма	Размещение объявлений в газетах	Генеральный директор
Управление отбором кандидатов на освободившиеся и новые вакансии	Собеседования с кандидатами	Генеральный директор
Введение нового работника в должность	Знакомство с коллективом и правилами внутреннего распорядка, разъяснение новому сотруднику основного содержания его профессиональной деятельности, прохождение испытательного срока,	Генеральный директор, администратор гостиницы
Управление мотивацией персонала	Утверждение размеров заработной платы и других льгот: организация корпоративных праздников, выдача подарков	Генеральный директор

Исследование удовлетворенности персонала работой	Личные беседы с персоналом	Генеральный директор
Процесс оформления отпусков	Разработка графика отпусков, подготовка приказов, выплата отпускных	Генеральный директор, главный бухгалтер

Календарный план работ по реализации проекта открытия тренажерного зала при гостинице «Славянская» представлен в таблице 13.

Таблица 13 – Календарный план работ по реализации проекта открытия тренажерного зала при гостинице «Славянская»

Вид работ	Сроки исполнения	Исполнители
Ремонт внутри помещения	Июнь-Июль 2017	Сторонняя организация
Приобретение и установка мебели и оборудования	Август 2017	Генеральный директор
Получение лицензии	Август 2017	Генеральный директор
Отбор и найм персонала	Июль 2017	Генеральный директор
Установка сигнализации и пожарной сигнализации, согласование противопожарной безопасности в МЧС	Август 2017	Генеральный директор
Начало работы тренажерного зала	Сентябрь 2017	

Таким образом, планируемый срок открытия тренажерного зала – 1 сентября 2017 года, при этом подготовительный этап достаточно короткий и составит 3 месяца с июня по август включительно.

Основные правовые документы, которые учитываются в деятельности тренажерного зала, представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Основные правовые документы, которые учитываются в деятельности тренажерного зала при гостинице «Славянская».

№	Законодательный акт	Область регулирования
1	Федеральный закон от 04.05.2011 N 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»	Необходимость получения лицензии для оказания ряда услуг
2	Налоговый кодекс РФ	Порядок уплаты налогов компанией
3	Трудовой кодекс РФ	Взаимоотношения с персоналом, требования к трудовому договору, охране труда

4	Гражданский кодекс РФ	Взаимоотношения с клиентами
---	-----------------------	-----------------------------

Также тренажерный зал при гостинице «Славянская» в своей деятельности руководствуется различными подзаконными актами, связанными с правилами ведения бухгалтерского учета и сдачи отчетности, в т.ч. в негосударственные фонды (ПФР, ФМС, ФОМС), правилами пожарной безопасности и охраны труда и другими нормативными документами.

Социальное развитие персонала тренажерного зала при гостинице «Славянская» включает следующие направления:

- формирование благоприятного морально-психологического климата в коллективе за счет проведения совместных корпоративных мероприятий, поддержания корпоративной культуры, создание атмосферы доверия, открытости и взаимопомощи;
- оборудование рабочих мест персонала в соответствии с требованиями техники безопасности;
- обеспечение пожарной безопасности, ознакомление персонала с правилами пожарной безопасности;
- разработка положения об охране труда, проведение инструктажа персонала.

2.3.4 Расчет стоимости услуги

Оценка затрат гостиницы «Славянская», производимых при оказании платной услуги, проведена методом прямых затрат, согласно «Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли (утверждено постановлением Правительства Российской Федерации от 05.08.1992 г. № 552 с последующими изменениями и дополнениями).

Для финансового расчета организации производства произведен расчет себестоимости гостиничной услуги на основе действующих предложений для клиентов:

1. Годовой абонемент на тренажерный зал и зал групповых программ. Без ограничений по времени посещения.
2. Абонемент на 1 месяц в тренажерный зал (безлимитное количество посещений тренажерного зала с возможностью выбора времени посещения (с 8:00 до 16:00 или с 16:00 до 22:00). Для обоих случаев стоимость предложения остается неизменной.
3. Разовые посещения тренажерного зала клиентами гостиницы и жителями города.

В связи с тем, что тренажерный зал работает каждый день с 7-00 до 21-00, то для осуществления работы тренажерного зала (112 часов в неделю) при 40-часовой рабочей неделе нам потребуется:

- специалист по спорту – 3 человека (работа по 8 часов в день);
- техслужащая – 1 человек (работа по 5,7 часов в день включая выходные дни) таблица 15.

Таблица 15 – Расчет затрат на оплату труда персонала

Должность	Средний должностной оклад в месяц, включая начисления на выплаты по оплате труда (руб.)	Месячный фонд рабочего времени (мин.) на одного человека (по 2017 году)	Норма времени на оказание платной услуги (час.)	Затраты на оплату труда (руб.)
1.Техслужащая (1 чел.)	9000	9865	1	54-73
2. Специалист по спорту (2,8 чел.)	20000	9865	1	121-64
Итого				395-32

Расчет прямых затрат на материальные запасы состоит из расходных материалов на предоставление услуги и ремонта помещения представлен в таблице 16.

Таблица 16 – Расчет прямых затрат на материальные запасы

Наименование материальных запасов	Расход (шт)	Цена за единицу (в руб.)	Всего затрат материальных запасов, руб
1.Квитанция на оплату	1	0-20	0-20

2. Средства для уборки помещения:			
- средства для оборудования	2	50-00	200-00
- средства для пола	2	80-00	160-00
Итого			360-00

Цокольный этаж гостиницы «Славянская» находится в удовлетворительном состоянии. Поэтому для помещения тренажерного зала достаточно минимальных работ по ремонту помещения.

Расчет затрат на ремонт помещения представлен в таблице 17

Таблица 17 – Расчет прямых затрат на ремонт помещения

№	Виды работ	Единицы измерения	Количество	Цена, руб.	Стоимость, руб
пола					
1	Грунтовка пропиточная двойная	м.кв.	28,4	100	2840-00
2	Демонтаж линолиума	м.кв.	28,4	75	2130-00
3	Настил линолиума	м.кв.	28,4	270	7668-00
4	Демонтаж плинтусов ПВХ	м.п.	20	50	1000-00
5	Монтаж плинтусов ПВХ	м.п.	20	150	3000-00
стены					
6	Монтаж панелей по обрешетке	м. кв.	55,5	400	22200-00
7	Монтаж зашивки декоративной под радиатор	шт.	2	1500	3000-00
потолок					
8	Изготовление потолка Армстронг	м.кв	30	350	10500-00
электрика					
9	Установка растровых светильников	шт.	4	250	1000-00
Итого					53358

Сумма амортизации спортивного оборудования представлена в таблице 18.

Таблица 18 – Расчет суммы начисленной амортизации оборудования

Наименование оборудования(количество)	Балансовая стоимость (руб.)	Годовая норма износа (%)	Годовая норма времени работы оборудования (час.)	Время работы оборудования в процессе оказания платной услуги (час.)	Сумма начисленной амортизации, в руб
---------------------------------------	-----------------------------	--------------------------	--	---	--------------------------------------

1	2	3	4	5	6
1. Беговая дорожка AlphaFitnessComfort (2)	90000	20	4380	1	4-11
2. Велотренажер LifeGear20320 (2)	26000	20	4380	1	1-18
3. Эллиптический тренажер Torneo-Transform (1)	34000	20	4380	1	1-55
6. Гантели для фитнеса Torneo, 0,5 кг(2)	1600	20	4380	1	0-07
7. Гантели для фитнеса Torneo, 1,5 кг(2)	2400	20	4380	1	0-10
8. Гантели для фитнеса Torneo, 3,0 кг (2)	2400	20	4380	1	0-10
9. Гантели наборные Torneo, 10,0 кг (2)	8000	20	4380	1	0-36
11. Мультистанция BMG 4700 THC (2)	144000	20	4380	1	6-57
12. Коврик для фитнеса (6)	12000	20	4380	1	0-54
13. Эластичные ленты (6)	4800	20	4380	1	0-22
14. Мяч гимнастический (5)	5000	20	4380	1	0-22
15. Обруч (3)	4500	20	4380	1	0-20
16. Скакалка скоростная SKLZ (3)	8400	20	4380	1	0-38
Итого:	343100				15-60

Расчет себестоимости дополнительной платной услуги представлен в таблице 19.

Таблица 19 – Расчет себестоимости дополнительной платной услуги

№ п/п	Наименование статей затрат	Сумма (руб.)
1	2	3
1	Затраты на оплату труда основного персонала	395-32
2	Административно-управленческие расходы (2 % от ФОТ)	7-90
3	Отчисления (страховые взносы ЕСН -30 % от ФОТ)	111-27
3	Затраты материальных запасов	360-00

4	Затраты на ремонт	12-10
3	Сумма начисленной амортизации спортивного оборудования, используемого при оказании платной услуги	15-60
6	Итого себестоимость на одного человека за 1 час.	180-4

Прогнозная стоимость рассчитана исходя из себестоимости услуги «Занятие в тренажерном зале 1 час», равной 180,40 рублей, с рентабельностью равной 30 %. При этом стоимость услуги будет равна 234, 52руб., а с учетом расходов на налог УСН (6 %) стоимость услуги равна 248,59 руб. Учитывая вышеперечисленные данные, стоимость услуги будет равна 250 рублей.

Вывод по второму разделу

В ходе разработки дополнительной услуги, на базе гостиницы «Славянская», был проведен анализ дополнительных услуг, который показал, что их количество с каждым годом возрастает и пользуется стабильным спросом а значит, расширение ассортимента перечня оздоровительных услуг будет акту-

альным. Далее, в целях разработки дополнительной услуги было проведено анкетирование, анализ которого позволил предположить, что потенциальный клиент тренажерного зала, это женщина (60% от всех респондентов), в возрасте от 30-50 лет (50%). Большинство опрошенных респондентов (80%) занимаются спортом и посещают тренажерный зал (70%). Основной целью спортивных занятий по мнению респондентов является коррекция фигуры, укрепление мышц и общее оздоровление организма.

Затем проведен анализ рынка спортивно-оздоровительных услуг в г.Благовещенске, который показал, что количество жителей города посещающих тренажерный зал увеличивается с каждым годом и бизнес реагирует на спрос открытие предприятий новых услуг. На основе проведенного исследования сделан вывод о необходимости проектирования данной услуги в гостинице «Славянская».

На основе данных анкетирования и в соответствии со стандартными требованиями к размещению оборудования для тренажерных залов, произведена расстановка оборудования и зонирование помещения площадью 30 кв.м. При выборе оборудования для тренажерного зала предпочтение отдавалось моделям профессионального класса, чтобы не ограничивать возможности клиентов.

Для реализации проекта разработана организационная структура управления спортивного комплекса, в гостинице «Славянская», которая отвечает потребностям гибкого и оперативного руководства малого предприятия. Разработан график работы сотрудников тренажерного зала, распределены функции управления персоналом, составлен план работ по реализации проекта.

Оценка затрат гостиницы «Славянская», производимых при оказании платной услуги, проведена методом прямых затрат, согласно «Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли (утверждено постановлением Правительства Российской Федерации от 05.08.1992 г. № 552 с последующими изменениями и дополнениями).

Для финансового расчета организации производства произведен расчет себестоимости гостиничной услуги на основе действующих предложений для клиентов:

1. Годовой абонемент на тренажерный зал и зал групповых программ. Без ограничений по времени посещения.
2. Абонемент на 1 месяц в тренажерный зал (безлимитное количество посещений тренажерного зала с возможностью выбора времени посещения (с 8:00 до 16:00 или с 16:00 до 22:00)). Для обоих случаев стоимость предложения остается неизменной.
3. Разовые посещения тренажерного зала клиентами гостиницы и жителями города.

Внедрение мероприятий по реализации дополнительной услуги спортивно-оздоровительного характера, гостиницы «Славянская» с помощью открытия тренажерного зала на территории гостиницы выгодно и позволит укрепить позиции гостиницы «Славянская» на рынке и расширения деятельности в условиях нестабильного рынка высокой конкуренции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках дипломного проектирования выполнена работ на тему «Совершенствование дополнительных услуг гостиничного предприятия», целью которой явилась разработка дополнительных спортивно-оздоровительных услуг гостиничного предприятия на примере гостиницы «Славянская» города Благовещенска.

В результате проведенной работы были решены следующие задачи: проведено теоретическое исследование видов дополнительных услуг на предприятиях гостиничного сервиса, а также правила и методы их проектирования; дана характеристика исследуемого предприятия - гостиницы «Славянская», проведен анализ его деятельности. С целью улучшения работы предприятия разработан проект дополнительных спортивно-оздоровительных услуг для данного предприятия в виде создания тренажерного зала при гостиничном предприятии и определена его экономическая эффективность.

В процессе теоретических исследований установлено, что:

- важным для обеспечения конкурентной способности гостиницы, повышения качества обслуживания гостей и одним из факторов, формирующих эксплуатационную программу гостиничного предприятия, является ассортиментная политика. Как и основные услуги, к которым согласно «Правилам предоставления гостиничных услуг» относятся услуги проживания и питания, дополнительные услуги в гостинице предоставляются самим гостиничным комплексом;

- спортивная услуга – это деятельность исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя в достижении спортивных результатов;

- разнообразие оздоровительных дополнительных услуг гостиничного предприятия зависит от имеющейся спортивно-оздоровительной базы, оснащения спортивных центров гостиниц.

В зависимости от категории и назначения гостиницы ассортимент спортивно-оздоровительных услуг может включать: водно-оздоровительный центр: бассейн, сауна, джакузи, бани; тренажерный зал с тренажерами различного типа; СПА-комплекс с массажем, талассотерапией, бальнеотерапией, ароматерапией, фитотерапией и физиотерапией; солярий.

Также в теоретической части работы установлено, что в современных условиях хозяйствования предприятия индустрии гостеприимства самостоятельно решают, какие виды услуг и в каком объеме оказывать клиентам. В связи с этим особую актуальность приобретает применение научно-обоснованной системы методов их проектирования. Применение их способствует более эффективному использованию потенциала предприятия, росту объема выполненных услуг и завоеванию определенной доли рынка.

В ходе разработки дополнительной услуги были проведены исследования, которые показали, что количество тренажерных залов с каждым годом возрастает и пользуется стабильным спросом, а значит, расширение ассортимента перечня оздоровительных услуг будет актуальным. Проведенное анкетирование позволило создать портрет потенциального клиента – это женщина, в возрасте от 30-50 лет активно увлекающаяся спортом и посещающая тренажерный зал для коррекции фигуры и общего оздоровления организма.

На основе данных анкетирования и в соответствии со стандартными требованиями к размещению оборудования для тренажерных залов, произведена расстановка оборудования и зонирование помещения площадью 30 кв.м. При выборе оборудования для тренажерного зала предпочтение отдавалось моделям профессионального класса, чтобы не ограничивать возможности клиентов.

Для реализации проекта разработана организационная структура управления спортивного комплекса, в гостинице «Славянская», которая отвечает потребностям гибкого и оперативного руководства малого предприятия. Разработан график работы сотрудников тренажерного зала, распределены функции управления персоналом, составлен план работ по реализации проекта.

Оценка затрат гостиницы «Славянская», производимых при оказании платной услуги, проведена методом прямых затрат, согласно «Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли (утверждено постановлением Правительства Российской Федерации от 05.08.1992 г. № 552 с последующими изменениями и дополнениями).

Для финансового расчета организации производства произведен расчет себестоимости гостиничной услуги на основе действующих предложений для клиентов. Кроме того предложены карты лояльности: годовой абонемент на тренажерный зал и зал групповых программ без ограничений по времени посещения, а также абонемент на 1 месяц в тренажерный зал.

Внедрение мероприятий по реализации дополнительной услуги спортивно-оздоровительного характера, гостиницы «Славянская» с помощью открытия тренажерного зала на территории гостиницы выгодно и позволит укрепить позиции гостиницы «Славянская» на рынке и расширения деятельности в условиях нестабильного рынка высокой конкуренции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Айгистов, О. Введение в бизнес туроперейтинга: учеб.-метод. Пособие: / О. Айгистов - М.: РМАТ, 2009. – 104 с.
- 2 Баранова, А.Ю. Управление предпринимательскими структурами в индустрии гостеприимства: моногр.: / А.Ю. Баранова. - М.: ИНФРА-М, 2010. – 78 с.
- 3 Барчуков, И.С. Санаторно-курортное дело: моногр.: / И.С. Барчуков - М.: ЮНИТИ, 2014. – 303 с.
- 4 Баумгартен, Л.В. Стратегический менеджмент в туризме : учебник / Баумгартен Л.В. – М.: Академия, 2010. – 431 с.
- 5 Бикташева, Д.Л. Менеджмент в туризме: учеб.пособие / Д.Л. Бикташева, Л.П. Гиевая, Т.С. Жданова М.: Альфа-М, 2009 - 272с.
- 6 Биржаков, М.Б. Введение в туризм. учеб.пособие / Биржаков М.Б. СПб: Дом «Герда», 2008. – 285 с.
- 7 Быков, В.А. Стратегия повышения конкурентоспособности курортно-туристских услуг города Сочи: автореф. канд. эк. наук: 01.08.04 / В.А.Быков - СПб, 2007. – 65 с.
- 8 Вайншейг, А. Безупречный сервис. Чтобы каждый клиент чувствовал себя королем / А. Вайншейг – М. : ЮНИТИ, 2011. – 152 с.
- 9 Ветитнев, А.М. Маркетинг санаторно-курортных услуг: учеб.пособие для вузов / А.М. Ветитнев - М: Медицина, 2014. – 224 с.
- 10 Волков, Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес / Ю.Ф. Волков. - Ростов-на-Дону. – 2009. – 352с.
- 11 Герчикова, Н.П. Менеджмент: учебник / Н. Герчикова. - М.: ЮНИТИ, 2009. - 348 с.
- 12 ГОСТ 50646 – 94. Услуги населению, термины и определения. – введ. 2004 – 02 – 21. – М. : Изд-во стандартов, 2014. - 10с.

13 ГОСТ Р 50644-2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов – введ. 2010 – 06 –30. – М. : Изд-во стандартов, 2014. - 9с.

14 ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. – введ. 2011 – 07 –01. – М. : Изд-во стандартов, 2010. - 11с.

15 ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования. – введ. 2001 – 07 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2014. - 11с.

16 ГОСТ Р 52024-2003 «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования». – введ. 2003 – 03 –18. – М. : Изд-во стандартов, 2010. - 11с.

17 ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003) Туристские услуги Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения. – введ. 2010 – 07 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2010. - 20с.

18 ГОСТ Р 53997-2010 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования. – введ. 2011 – 06 –30. – М. : Изд-во стандартов, 2014. - 6с.

19 ГОСТ Р 53998-2010 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования. – введ. 2011 – 07 –01. – М. : Изд-во стандартов, 2010. - 12с.

20 Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : Принят Гос. Думой 21.10.1994. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

21 Гуляев, В.Г. Туризм. Экономика, управление, устойчивое развитие / В.Г. Гуляев, И.А. Селиванов – М.: Советский спорт, 2009. - 285 с.

22 Гуляев, В.Е. Организация туристической деятельности: учеб. пособие / В. Гуляев - М.: Нолидж, 2010. - 312 с.

23 Данько, Т.П. Управление маркетингом: учебник / Т.П. Данько. М.: Инфра-М, 2012. – 83 с.

24 Дмитриев, М.Н. Экономика туристского рынка / Дмитриев М.Н. Забаева М.Н, Малыгина, Е.Н. Учебник. - М.: Юнити-Дана, 2010. – 312 с.

25 Жукова, М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А. Жукова. - М.: Финансы и статистика, 2009. – 482 с.

- 26 Кабушкин, К. Менеджмент туризма: учеб. пособие / К. Кабушкин - Минск: БГЭУ, 2009. – 437 с.
- 27 Карданская, Н.Л. Принятие управленческого решения: учеб. для вузов / Н.Л. Карданская. М.: ЮНИТИ, 2009. – 253 с.
- 28 Каурова, А.Д. Организация сферы туризма / А.Д. Каурова М.- СПб.: Изд. дом «Герда», 2007. – 369 с.
- 29 Котлер, Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ / Ф. Котлер. М.: Биз-нес-книга, 2010. - 702 с.
- 30 Круглов, И.П. Стратегическое управление компанией: учебник для вузов / И. П. Круглов. - М.: Русская Деловая Литература, 2009. - 437с.
- 31 Лафта, Дж. К. Эффективность менеджмента организации: Учеб.пособие / Дж. К. Лафта - М.: Русская Деловая Литература, 2010. - 390 с.
- 32 Лютенс, Ф. Организационное поведение: учебник / Ф. Лютенс - М.: ИНФРА-М, 2009. – 285с.
- 33 Менеджмент организации: Учеб. пособие / под ред. З.П.Румянцева, Н.А. Саломатин, Р.З. Акбердин и др. - М.: ИНФРА-М, 2008. – 385с.
- 34 Менеджмент туризма. Туризм как объект управления / под ред. Ивановского А.Ю. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 482с.
- 35 Менеджмент туризма: туризм как вид деятельности / под.ред. Василевского Р.Р. М.: Финансы и Статистика, 2009. – 401с.
- 36 Мескон, Л. Основы менеджмента: Л. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. М., 2009. – 743 с.
- 37 Морозов, М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / М.А. Морозов – М.: Академия, 2009. – 295с.
- 38 О лицензировании туроператорской и турагентской деятельности [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 11 февраля 2002 г. N 95. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

39 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации Федеральный Закон от 01.07.2011 №132. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

40 Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

41 Панкин, А. И. Основы практического менеджмента: учеб. пособие для вузов / А. И. Панкин. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 329с.

42 Петров, М.И. Безопасность и персонал: учеб. пособие / М.И. Петров – М.: Научный мир, 2010. – 238 с.

43 Практика туристского бизнеса / под ред. Г.А. Карповой. М.- СПб.: Герда, 2009. – 432с.

44 Практическая психология для менеджеров / под ред. М.К.Тутушкиной. - М.: «Филинь», 2007. – 284 с.

45 Региональный мониторинг гостиничных услуг и прогнозирование / под ред. Н.А. Михеева – М.: Вузовский учебник. – СПб.: Троицкий мост, 2013 – 121 с.

46 Романович, В. Сервисная деятельность: учеб. пособие. / В. Романович. М.: ЮНИТИ, 2010. – 250 с.

47 Саак, А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / А.Э.Саак, А.Ю. Пшеничных– СПб.: Питер, 2008. – 344с.

48 Семенов, В.С. Гостиничное хозяйство / В.С. Семенов, И.М. Калининский, Н.А. Попова – М.: ЮНИТИ, 2006. – 270 с.

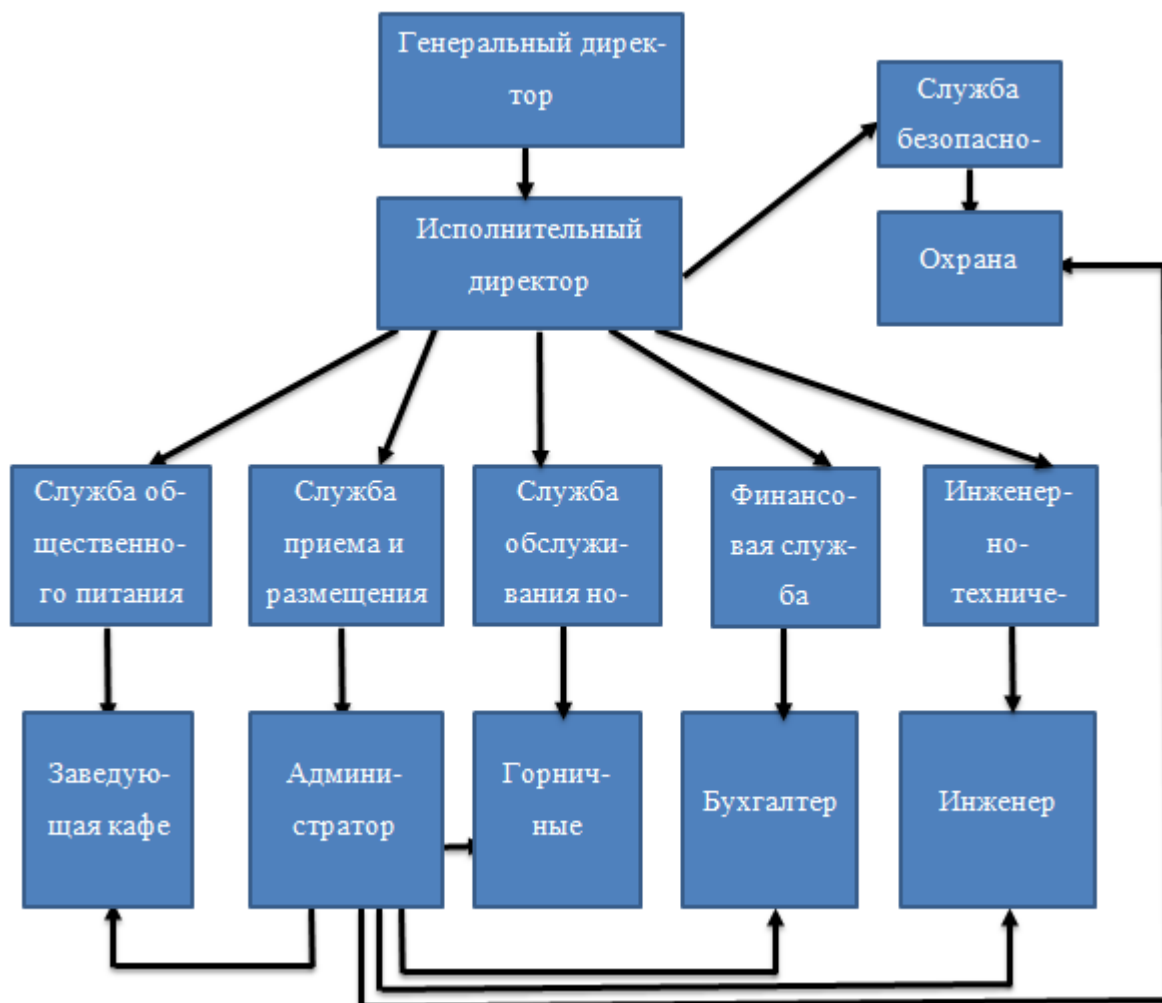
49 Сертификация и лицензирование туристско-экскурсионных, гостиничных услуг и перевозок пассажиров авиатранспортом: Нормативные документы и справочная информация. – СПб., 2008. – 310 с.

50 Сидорова, Н.А. Маркетинговые исследования потребителей рекреационных услуг на туристическом рынке региона / Н.А. Сидорова // Журнал «Регионология», №1. – 2009. – С.14-19

- 51 Сорокина, А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах / А.В. Сорокина. – М. :ИНФРА-М, 2007. – 351 с.
- 52 Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: пер. с англ. / под ред. Л. Г. Зайцева, М.И.Соколовой. - М.: ЮНИТИ, 2008. – 693с.
- 53 Трояновский, В.М. Математическое моделирование в менеджменте: учеб. пособие / В.М. Трояновский - М.: Русская Деловая Литература, 2009. – 409 с.
- 54 Удальцова, М. В. Аверченко Л. К. Социология и психология управления: Практикум / М.В. Удальцова, Л.К. Аверченко - М: ИНФРА-М, 2009. – 275с.
- 55 Управление качеством и обеспечение качества [Электронный ресурс] : Международные стандарты ИСО 8402-94 от 01.04.1994. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
- 56 Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг / Д.С. Ушаков. – Ростов-на-Дону. ИЦ «Март», 2007. – 541с.
- 57 Фархутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фархутдинов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2007. – 641 с.
- 58 Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300 – 1 «О защите прав потребителей». - М. : Омега-Л, 2014. - 32с.
- 59 Федеральный закон от 23.02.1995 г. № 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах». - М. : Омега-Л, 2014. - 19с.
- 60 Чудновский, А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство / А.Д. Чудновский – М.: ЭКМОС, 2008. – 193 с.
- 61 Экономика современного туризма / Под ред. Г. А. Карповой. – М.: Экономист, 2008. – 271 с.
- 62 Яковлев, Г.А. Экономика и статистика туризма: учеб. пособие / Г.А. Яковлев. - М.: Издательство РДЛ, 2007 - 480 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Структура управления гостиницы «Славянская»



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Образец бланка для проведения анкетного опроса

На базе гостиницы «Славянская» планируется открытие тренажерного зала, нам очень важно Ваше мнение. Уважаемые респонденты, пожалуйста, просим Вас ответить на вопросы.

1. Ваш пол

Женский
Мужской

2. Ваш возраст

18-30
30-50
50 и выше

3. Занимаетесь ли Вы спортом

Да
Нет

4. Посещаете ли Вы тренажерный зал

Да
Нет

5. Удобно ли наличие тренажерного зала в районе гостиницы «Славянская»

Очень удобно
Почему бы и нет
Не совсем удобно

6. В какое время суток обычно проходят Ваши тренировки

Утро (7.00-10.00)
День (13.00-17.00)
Вечер (17.00-21.00)

7. Что является для Вас целью посещения тренажерного зала

Общее оздоровление организма
Коррекция фигуры
Укрепление\развитие мышц
Снятие нервного напряжения
Восстановление после травм\болезни

8. Какие виды тренировок Вы обычно посещаете

Кардио
Силовые
Йога
Степ
Леди-класс
Пилатес
другое

9. Какой вид абонемента Вы обычно приобретаете

Разовый
Месячный
Годовой

10. Вы предпочитаете заниматься

С тренером
Самостоятельно
С группой

11. Какие требования являются для Вас наиболее значимыми при выборе тренажерного зала

Внимательность персонала
Приемлемые цены
Месторасположение зала
Оформление и стиль зала
Благодарим Вас за внимание!

ПРИЛОЖЕНИЕ В
Результаты анкетирования

Вопрос	Ответ	Результаты анкетирования	
		В количественном выражении	В процентном соотношении, %
1	2	3	4
1. Ваш пол	Женский	20	60
	Мужской	10	40
2. Ваш возраст	18-30	12	40
	30-50	15	50
	50 и старше	3	10
3. Занимаетесь ли Вы спортом	Да	25	80
	Нет	5	20
4. Посещаете ли Вы тренажерный зал	Да	23	70
	Нет	7	30
5. Что является для Вас целью посещения тренажерного зала	Общее оздоровление организма	5	20
	Коррекция фигуры	15	40
	Укрепление\Развитие мышц	7	20
	Снятие нервного напряжения	3	10
	Восстановление после травм\болезни	5	10
6. Удобно ли для Вас наличие тренажерного зала в нашей гостинице	Очень удобно	21	70
	Почему бы и нет	7	30
	Не совсем удобно		0
7. В какое время суток обычно проходят ваши тренировки	Утро (7.00-10.00)	17	60
	День (13.00-17.00)	3	10
	Вечер (17.00-21.00)	10	30
8. Какие виды спортивных нагрузок Вы обычно посещаете	Кардио	10	20
	Силовые	12	25
	Йога	10	15
	Степ	5	10
	Леди-класс	5	20
	Пилатес	3	10
9. Какой вид абонемента Вы обычно приобретаете	Разовый	18	60
	Месячный	8	30
	Годовой	4	10
10. Вы предпочитаете заниматься	С тренером	17	60
	Самостоятельно	10	30
	С группой	3	10
11. Какие требования являются для Вас более значимыми при выборе тренажерного зала	Внимательность персонала	23	30
	Приемлемые цены	20	30
	Месторасположение зала	12	20
	Оформление и стиль зала	12	20

ПРИЛОЖЕНИЕ Г
Результаты анализа анкетирования

Результаты анкетирования

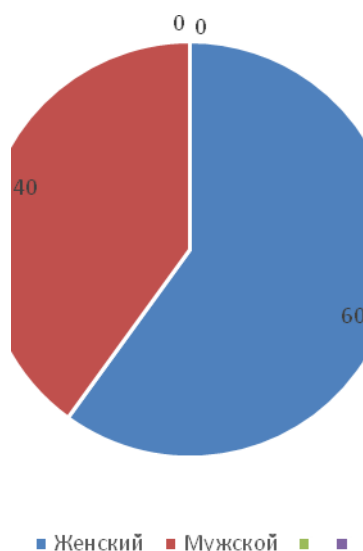


Рисунок 1- Гендерное распределение респондентов

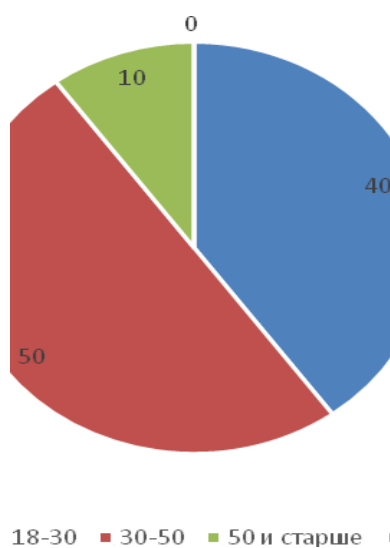


Рисунок 2- Возраст категории респондентов

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г
Результаты анализа анкетирования

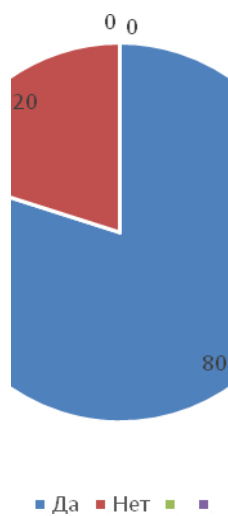


Рисунок 3- Анализ респондентов оздоровительной активности

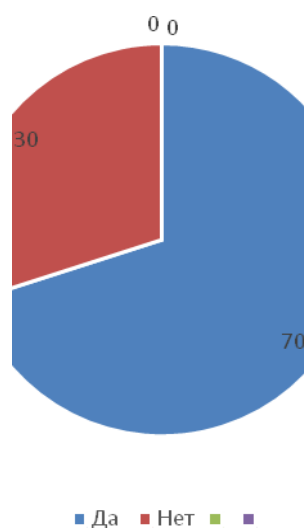


Рисунок 4- Анализ респондентов посещающих тренажерный зал

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г
Результаты анализа анкетирования

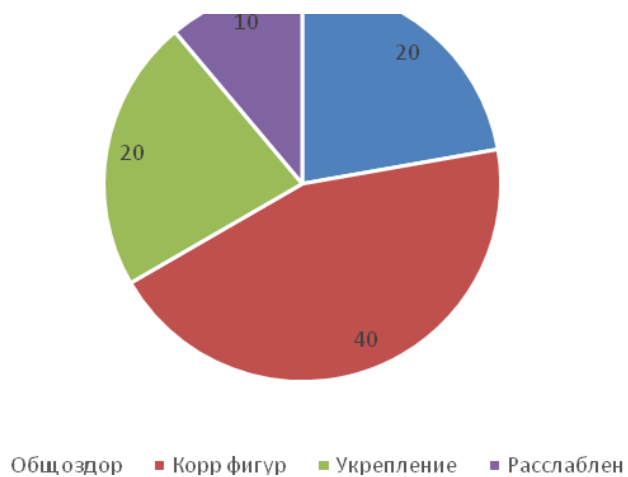


Рисунок 5- Анализ целеполагания оздоровительных занятий

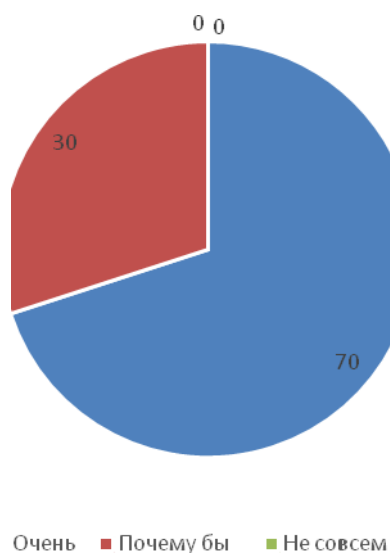


Рисунок 6- Анализ необходимости проектирования тренажерного зала
в гостинице

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г
Результаты анализа анкетирования

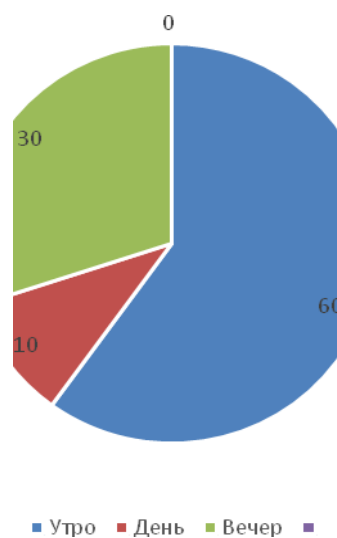


Рисунок 7- Анализ предпочтений режима работы



Рисунок 8- Анализ предпочтений видов нагрузок

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г
Результаты анализа анкетирования

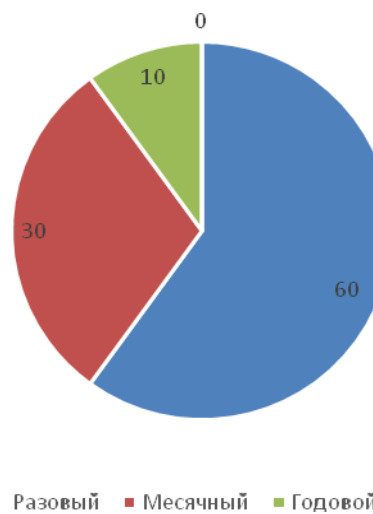


Рисунок 9- Анализ предпочтений оплаты услуг

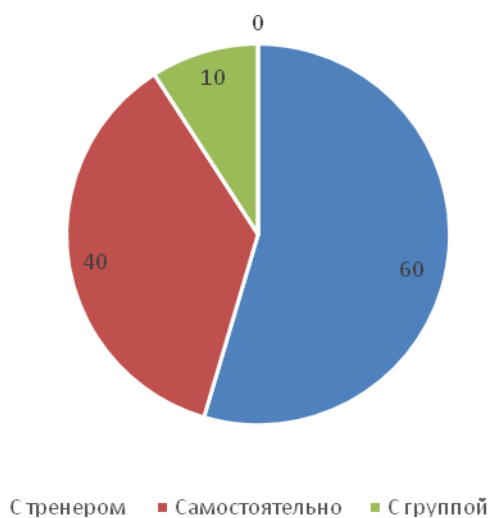


Рисунок 10 – Анализ предпочтений организационной работы тренажерного зала

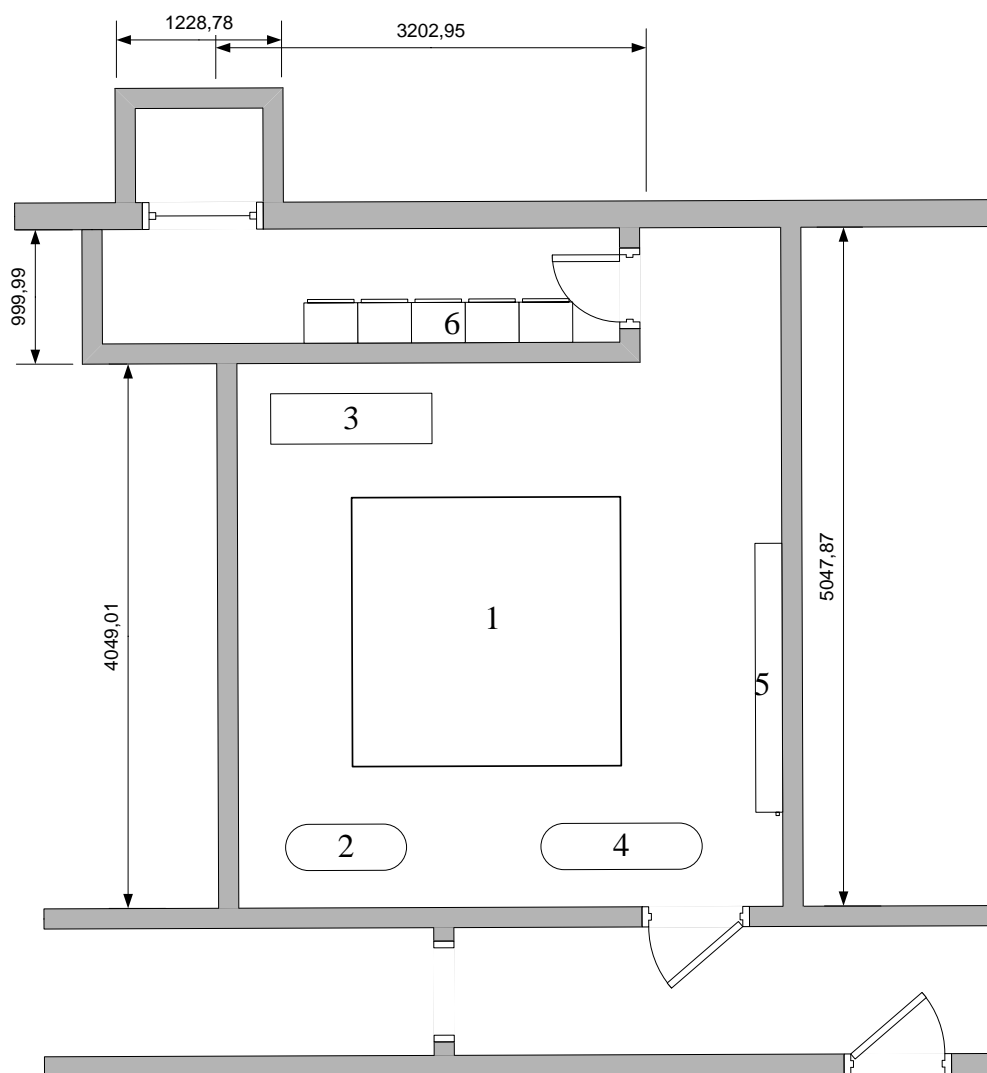
Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г
Результаты анализа анкетирования



Рисунок 11 – Анализ требований респондентов

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

План проекта тренажерного зала



Экспликация оборудования

№	Наименование оборудования	Размеры, см
1	Мульти-станция	258x205
2	Велотренажер	124x94
3	Беговая дорожка	142x51
4	Эллиптический тренажер	157x68
5	Полки для спортивного инвентаря	2x40
6	Шкафчики для одежды	2x50

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

План этажа