

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Организация дополнительных услуг гостиничного предприятия  
(на примере гостиницы «Богемия на Вавилова»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 431 группы

Направления 43.03.01 «Сервис»

код и наименование направления

Института истории и международных отношений

наименование факультета

Маштаковой Татьяны Андреевны

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель:

доцент, к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т.В. Темякова

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой:

профессор, д.э.н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т.В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2021

**Введение.** Актуальность исследования заключается в том, что несмотря на высокий спрос на гостиничные услуги, на рынке услуг гостеприимства сохраняется высокий уровень конкуренции, и главным направлением маркетинговых усилий в поиске средств для привлечения клиентов становится совершенствование гостиничного продукта посредством расширения спектра дополнительных услуг, адаптированных под нужды и запросы потребителей.

**Степень разработанности проблемы.** Теоретическую основу нашего исследования составили труды Инграм Х.и Медлик С.<sup>1</sup>, Кускова А.С.<sup>2</sup>, Писаревского Е.Л.<sup>3</sup>, Сорокиной А.В.<sup>4</sup>, Черняевой Т.И. и Отнюковой М.С.<sup>5</sup> и др.

Объектом исследования является гостиничный комплекс «Богемия на Вавилова», предметом – организация дополнительных гостиничных услуг в исследуемом предприятии. Цель данного исследования – на основе изучения теоретических аспектов исследования организации дополнительных услуг гостиниц, проанализировать дополнительные услуги в исследуемом предприятии и предложить рекомендации по совершенствованию их организации. Задачи: исследовать понятие и виды гостиничных услуг; изучить классификацию и характеристику дополнительных услуг, представляемых в гостинице; рассмотреть отечественный и зарубежный опыт организации дополнительных услуг в гостиничном бизнесе; дать характеристику хозяйственной деятельности и изучить прикладные аспекты организации дополнительных услуг в гостиничном комплексе «Богемия на Вавилова»; разработать рекомендации по совершенствованию оказания дополнительных

---

<sup>1</sup>Медлик, С. Гостиничный бизнес: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности сервиса (230000) / С. Медлик, Х. Инграм; [пер. с англ. А.В. Павлов]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 240 с.

<sup>2</sup>Кусков, А.С. Гостиничное дело: Учебное пособие / А.С. Кусков. - М.: Дашков и К0, 2010. – 328 с.

<sup>3</sup>Правовое обеспечение туризма: учебник / коллектив авторов; под общ.ред. Е.Л. Писаревского. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. – 392 с.

<sup>4</sup>Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. – М.: Альфа-М, 2017. – 304 с.

<sup>5</sup>Черняева, Т.И. Введение в специальность: общие основы курса: учеб. пособие / Т.И. Черняева, М.С. Отнюкова; Саратов. гос. техн. ун-т. – Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2005 (Саратов:РИЦ СГТУ). – 84 с.

услуг в гостиничном комплексе «Богемия на Вавилова» и оценить их экономическую эффективность.

В ходе анализа автор обращался к положениям общих теорий, правовым, законодательным актам, статистическим данным материалов Федеральных организаций, сайтам по предоставлению гостиничных услуг. В ходе работы использовались такие общенаучные методы, как анализ документов и интернет-источников с последующей статистической обработкой, метод контент-анализа, опрос методом полуструктурированного личного интервью с экспертом. Научная новизна результатов заключается в комплексном исследовании аспектов теоретико-методологической базы и практики организации дополнительных услуг, выявлены новые рынки сбыта, предложены новые дополнительные услуги. Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы в работе исследуемого предприятия и других научных изысканиях.

Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения. В первой главе исследования были рассмотрены основные понятия и классификация видов гостиничных услуг, определены характеристики гостиничной услуги, как продукта, выявлены нюансы ее производства и потребления. Было определено, что дополнительные гостиничные услуги играют важную роль в формировании имиджа гостиничного предприятия, лояльности его клиентов, и в конечном итоге – рыночной привлекательности, конкурентоспособности и финансовой устойчивости бизнеса.

Во второй главе была дана характеристика хозяйственной деятельности гостиничного комплекса «Богемия на Вавилова», его инфраструктуры, номерного фонда, комплекса основных и дополнительных услуг, изучена динамика финансовых показателей его деятельности, рассмотрены прикладные аспекты организации дополнительных услуг, выявлены основные проблемы исследуемого предприятия. Были разработаны нововведения и предложения по

совершенствованию оказания дополнительных услуг с учетом ресурсных возможностей и нюансов организации работы гостиничного комплекса.

**Основное содержание работы.** Гостиничный бизнес в настоящее время является одной из самых быстрорастущих и динамично развивающихся отраслей мировой экономики, приносящих многомиллионные прибыли по всему миру. Всемирная туристская организация ООН (UNWTO) отмечает, что количество ночевков в мире постоянно растет. Так в 2019 году общее количество международных туристических поездок достигло 1,5 млрд., прирост по сравнению с 2018 годом составил 4%<sup>1</sup>. Потребность в гостиничных услугах постоянно растет, это подтверждают статистические данные Ростуризма, численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, увеличилась в 2019 году на 3,19 %. Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения в 2018 году показал рекордную динамику по сравнению с предыдущими годами.

Основным определяющим признаком термина «гостиничная услуга» является комплекс услуг по обеспечению временного проживания в гостинице в результате человеческого труда, воплощенный в материально-вещественной и нематериальной форме, неотделимый от места производства, которые являются важной составляющей индустрии туризма. Все исследователи затрагивают особенность услуги, как продукта, которая выражается в следующих качествах: неосязаемость; неотделимость места производства и потребления; не сохраняемость; непостоянство качества. Гостиничные услуги могут быть платными и бесплатными, гостиничное предприятие вправе определять спектр бесплатных услуг. Услуги, которые входят в стоимость номера и прописаны в договоре оказания услуг, оплачиваются вне зависимости от того, пользовался ими клиент или нет. Услуги, которые не входят в стоимость номера, оплачиваются отдельно только в случае, когда гость воспользовался ими.

---

<sup>1</sup> UNWTO насчитала в мире 1,5 млрд туристических поездок в 2019 году // Информационное агентство «Интерфакс» [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/65670/> (дата обращения 27.03.2020). Загл. с экрана. Яз.рус.

Услуги размещения, питания и другие взаимозависимы, дополняют друг друга и воспринимаются как единое целое, то есть, как комплексный гостиничный продукт, состав и стоимость которого зависит от многих факторов. Гостиничная услуга имеет ряд особенностей, которые связаны со сложностью ее производства, требующего участия большого количества персонала, ограниченностью хранения, срочным характером оказания услуги, сезонностью и зависимостью от цели поездки. Комплекс гостиничных услуг формирует гостиничный продукт, имеющий непостоянную форму и качество. Единой трактовки классификации видов гостиничных услуг нет, законодательная база определяет только перечень услуг, которые оказываются в обязательном порядке при заселении в гостиницу и тех, что должны оказываться бесплатно. Большинство авторов считает, что к основным услугам относятся услуги по размещению постояльцев. Спектр платных и бесплатных услуг каждое гостиничное предприятие может определять по своему усмотрению. Качество гостиничного продукта, как комплекса услуг, во многом зависит от достаточного объема дополнительных услуг, способных удовлетворить высокие запросы современного потребителя.

В настоящее время дополнительные (или сопутствующие) гостиничные услуги играют все более важную роль в формировании рыночной привлекательности предприятия гостиничной сферы. Потребитель является главным объектом гостиничной индустрии, его вкусы и предпочтения активно влияют на формирование современного гостиничного продукта, в котором зачастую основные услуги уходят на второй план. Дополнительные услуги формируют «лицо» гостиницы, выделяя ее из ряда других схожих предприятий. Во многих отелях дополнительные услуги стали главной составляющей имиджа предприятия, конкурентным преимуществом и основной целью для постояльцев и посетителей. Широкая палитра разнообразных дополнительных услуг больше, чем что-либо другое влияет на формирование лояльности клиентов, расширяя границы постоянной потребительской аудитории.

Современные авторы разделяют понятия дополнительная и сопутствующая услуга: сопутствующая услуга необходима, чтобы использовать основной продукт гостиничного предприятия; дополнительная (или поддерживающими) услугами являются услуги, которые придают основной услуге дополнительную выгоду и помогают отличать гостиничный продукт данного предприятия от продукта конкурентов, но при этом не являются обязательными, то есть они предлагаются сверх ожидания потребителя.

История развития индустрии гостеприимства в той или иной степени связана с развитием дополнительных услуг, с развитием научно-технического прогресса и внедрением инноваций во все сферы деятельности многие из услуг стали обыденными и вошли в разряд основных: экскурсионные услуги, трансфер, мини-бар, WI-FI.

Мировые события этого года изменили критерии выбора туристом гостиницы. Так, основными факторами при выборе гостиницы являются не расположение гостиницы, стоимость номера и наличие определенного набора дополнительных услуг, а условия лояльности при бронировании, санитарные меры и чистота. Российская гостиничная индустрия является последователем зарубежных правил и стандартов, но по уровню организации отстает от существующих тенденций. Сфера дополнительных услуг развита в недостаточной мере, но в тот же момент их внедрение должно быть оправданно и целесообразно с точки зрения месторасположения гостиницы, ее категории, сезонности и т.д.

Для исследования особенностей технологии оказания дополнительных услуг в гостинице, был выбран гостиничный комплекс сети бизнес-отелей «Богемия». Нами было проведено исследование официального сайта сети отелей «Богемия»<sup>1</sup>. Гостиница «Богемия» на Вавилова» выступает под юридическим лицом – ООО «Компаньонс-Сервис», которое было зарегистрировано 21.07.2010. Это самая крупная гостиничная сеть города

---

<sup>1</sup> Сеть отелей «Богемия» // Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bohemiahotel.ru> (дата обращения 03.03.2021). Загл. с экрана. Яз. рус.

Саратова, ориентированная на бизнес-туристов и конгресс-туристов. Также гостиница имеет действительное свидетельство о присвоении категории «три звезды», сроком действия до 22.12.2023. Гостиничный комплекс «Богемия на Вавилова», является самым крупным отелем ООО «Компаньонс-Сервис», он расположен в деловом центре города в шаговой доступности от основных достопримечательностей, и имеет действительное свидетельство о присвоении категории «три звезды», сроком действия до 22.12.2023. Инфраструктура комплекса состоит из вместительного холла, тренажерного зала, ресторанов русской кухни «СамоварЪ» и итальянской кухни «PaLermo», кафе «Восток-Запад», открытых парковочных карманов, конференц-залов, номерного фонда, служебных помещений. Номерной фонд представлен номерами различной категории от Эконом до VIP. Анализ сайта предприятия показал, что инфраструктура гостиничного комплекса «Богемия на Вавилова» позволяет использовать ресурсы компании по трем направлениям – оказание гостиничных услуг, организация и проведение конференций, организация и проведение праздничных мероприятий. Комплекс услуг, входящих в стоимость номера, помимо основных, включает дополнительно услуги трансфера, минибара, тренажерного зала, бизнес-центра. Официальным партнером сети является SPA салон «Океания». Разнообразие конференц-залов, наличие бизнес-центра с оборудованием для проведения конференций говорит о специализации отеля на бизнес-туристах. Широкий спектр основных и дополнительных услуг, высокое качество обслуживания, гибкая система ценообразования, специальные предложения, отсутствие отрицательных отзывов с 2017 года показывает клиентоориентированность гостиничного комплекса. Среднегодовой коэффициент загрузки номерного фонда за 2019 г. составил 57,4%, что свидетельствует о довольно устойчивом положении исследуемого предприятия. Финансовая деятельность гостиничного комплекса недостаточно эффективна, в 2019 году отмечен рост себестоимости продаж и снижение чистой прибыли отеля, что требует пересмотра ценовой и ассортиментной политики, особенно в области дополнительных услуг, поскольку они положительно влияют на

удовлетворенность клиентов и имидж компании, создают дополнительный источник доходов даже без увеличения потребительской аудитории. Дополнительные услуги гостиничного комплекса «Богемия на Вавилова» разнообразны и включают: заказ ужина в одном из ресторанов отеля; выдача ваучера от ресторана «PaLermo»; кофе на вынос; гарантированное размещение» по фиксированной цене; услуги прачечной; трансфер; покупка и доставка цветов; заказ и доставка ж/д и авиа билетов; визовая поддержка; экскурсионное обслуживание; spa-процедуры в офисах партнера SPA салона «Океания»; услуги по организации конференций, семинаров, круглых столов и других деловых мероприятий «под ключ», включая организацию кофе-брейков и фуршетов.

По мнению управляющей гостиничным комплексом «Богемия на Вавилова» Зворыкиной Натальи Юрьевны, дополнительные услуги отеля сформированы с учетом потребностей гостей и возможностей гостиничного комплекса, и довольно высоко оцениваются постояльцами, но из-за снижения загрузки номерного фонда в настоящее время мало востребованы. Зворыкина Н.Ю. считает, что изменение структуры спроса происходит и во время кризиса, и на подъеме в отрасли, чтобы сохранять конкурентоспособность, гостиницы должны быть готовы к изменениям, комплекс дополнительных услуг нуждается в коррекции, но нововведения должны быть ограничены минимальными финансовыми затратами.

Информация, полученная в результате изучения деятельности гостиничного комплекса «Богемия на Вавилова» и из личного интервью управляющей гостиничным комплексом Зворыкиной Н. Ю., была проанализирована, после чего были разработаны нововведения и предложения по совершенствованию оказания дополнительных услуг с учетом следующего:

– так как из-за ситуации с пандемией коронавируса существенно сократился основной поток постоянных клиентов, а именно бизнес-туристов и командированных, гостиничному комплексу следует выйти на новые рынки сбыта и предложить свои услуги другим группам туристов и местным жителям;



– затраты на формирование и реализацию новых дополнительных услуг должны быть минимизированы, следует использовать уже имеющиеся ресурсы отеля;

– оказание новых дополнительных услуг не должно стать помехой гостям и осложнять основную работу отеля;

– новые дополнительные услуги должны быть быстро окупаемыми и приносить прибыль.

Нами было предложено три варианта нововведений.

Первое – в период низкой загрузки отеля в мае–июле представить новое предложение для постоянных клиентов «В командировку с семьей», доход от внедрения этой услуги составит 71040 рублей в год.

Второе – расширить дополнительную услугу «Кофе на вынос» порционной пиццей от ресторана «PaLermo». Для этого нами был проведен анализ рынка услуг пиццерий города Саратова и возможностей отеля. Средний доход от внедрения этой услуги составит 1152346,4 рублей в год.

Третье – расширить торговые услуги отеля, установив в его холле торговые постаматы. Были рассмотрены наиболее перспективные варианты постаматов. Лидером интернет-продаж в России является магазин Wildberries, но он не имеет собственных постаматов, пользуясь услугами партнеров – постаматами компании PickPoint, и постаматы интернет-магазина Ozon. Оба варианта имеют свои плюсы и минусы, поэтому окончательное решение мы оставили за гостиничным комплексом «Богемия на Вавилова». Две последние услуги предложить не только гостям, но и студентам и сотрудникам расположенного рядом университета, а также местным жителям. Эти предложения были представлены руководству компании, и оно заинтересовало их и положительно о них отозвалось.

Преимущества установки постамата заключается в следующем: постамат устанавливается и обслуживается бесплатно, занимает 1м<sup>2</sup> свободной площади, полностью автономный, необходим только доступ к розетке и уверенный прием сигнала сотовой сети, что имеется в наличии в холле отеля; установка

постамата занимает не более 4 часов, его потребляемая мощность – до 120 Вт/час. Мы подготовили расчет для лидера продаж, интернет-магазина Wildberries. Средний доход компании составит 483085,54 рублей в год.

**Заключение.** Гостиничная услуга – это сложный комплексный продукт, формируемый индивидуально владельцем гостиничного предприятия, включающий основные, дополнительные и сопутствующие услуги и предназначенный для обеспечения потребности во временном проживании. Особенность гостиничной услуги, как продукта формируется факторами сезонности, ограниченности хранения и срочного характера оказания услуги, потребностями целевой аудитории и сложностью производства. Гостиничные услуги подразделяются на основные, дополнительные и сопутствующие. Дополнительные услуги придают основной услуге дополнительную выгоду, повышает удовлетворенность современного потребителя, формирует специализацию и имидж гостиницы, выделяя гостиничный продукт в конкурентной среде. С развитием человеческих потребностей усложняется и расширяется система дополнительных услуг. Изменение структуры гостиничных сервисов влияет на становление индустрии гостеприимства, как перспективного сектора экономики с положительной динамикой прибыли.

Исследуемое предприятие – гостиничный комплекс «Богемия на Вавилова» входит в состав самой крупной гостиничной сети ООО «Компаньонс-Сервис». Структура и комплектация номерного фонда гостиничного комплекса соответствует отелю категории 3 звезды, имеет удобное местоположение в деловой части города.

Проведенное исследование выявило, что гостиничный комплекс успешно работает на рынке, но в настоящий момент испытывает финансовые трудности, связанные со снижением деловой активности в стране и повышением себестоимости гостиничного продукта. Спектр услуг гостиничного комплекса «Богемия на Вавилова» разнообразен и ориентирован на нужды целевой аудитории отеля. Однако для сохранения конкурентоспособности и повышения привлекательности для туристов и жителей Саратова, гостиничный комплекс

должен увеличить свой доход посредством совершенствования платных дополнительных сервисов. Исследование показало, что гостиничный комплекс имеет возможность создать новые быстро окупаемые дополнительные услуги, используя собственные резервы и не прибегая к значительным вложениям.

Нами были разработаны три предложения по совершенствованию оказания дополнительных услуг. Услуга «В командировку с семьей». В период низкого сезона мы предлагаем нашим основным клиентам взять с собой в поездку членов семьи и друзей, для которых в гостиничном комплексе предусмотрена расширенная экскурсионная программа от туристических компаний «Светлица», «Сокровища Поволжья» с посещением событийных мероприятий Саратовской области – «Фестиваля тюльпанов» и фестиваля «Дикий пион». Услуга «Постамат». Мы предлагаем расширить возможности торговых услуг гостиничного комплекса посредством бесплатной аренды и установки в здании отеля постамата компании PickPoint, который осуществляет доставку товаров лидера интернет-торговли в нашей стране магазина Wildberries, данная услуга предназначена и для гостей, и для местных жителей. Услуга «Кофе и пицца от ресторана «PaLermo»» с собой и на вынос. Мы предлагаем расширить комплекс услуг питания, предложив завтрак не только в помещении ресторана, но и «с собой», меню которого будет состоять из порции фирменной пиццы и зернового кофе, для повышения эффективности, эту услугу предлагаем не только гостям отеля, но и студентам и сотрудникам расположенного рядом СГУ им. Н.Г. Чернышевского.

Новшество предложенных мероприятий заключается в том, что ранее «Богемия на Вавилова» не использовала подобные услуги, мы ищем клиентов в окружении наших постоянных гостей и среди местных жителей, используем передовые технологии интернет-торговли; используем преимущество локально расположенной аудитории потребителей для организации доставки еды, способствуем брендингованию гостиничного комплекса и входящих в его структуру предприятий. Предложенные нами дополнительные услуги позволят отелю более полно использовать ресурсы гостиничного комплекса, повысить

загрузку отеля в низкий сезон, итоговый размер прибыли отеля от реализации всех трех услуг может составить порядка 1706471, 94 рублей в год.