Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(национальный исследовательский университет)»
ИНСТИТУТ СПОРТА, ТУРИЗМА И СЕРВИСА
МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ

Защищена с оценкой_____
Председатель ГЭК_____
_____2023

Допустить к защите:
Зам. директора по УПР_____
_____2023

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему Организация спортивно-оздоровительной деятельности

в гостиничном предприятии

ДР-43.02.11-№ № 310-17227-ск

Исполнитель: обучающаяся гр. № МпК-320
_____С.С. Суханова
подпись
Руководитель:
_____И.В. Пызина
подпись
Нормоконтролер:
_____Е.К. Кедровских
подпись

Челябинск 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(национальный исследовательский университет)»
ИНСТИТУТ СПОРТА, ТУРИЗМА И СЕРВИСА
МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по УПР_____
_____ / Л.П. Попкова
«____»_____ 2023 г.

ЗАДАНИЕ
на дипломную работу
обучающейся 3 курса группы № МпК-320,
специальности 43.02.11 Гостиничный сервис
Сухановой Софии Сергеевне

Тема выпускной квалификационной работы: Организация спортивно-оздоровительной деятельности в гостиничном предприятии, утвержденная распоряжением директора № 310/17-03-16 от 18.01.2023 года.

Исходные данные: Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», ГОСТы в сфере общественного питания и гостеприимства; научные труды ученых, посвященные вопросам деятельности гостиничного предприятия; профильные электронные ресурсы.

Перечень возможных решений, подлежащих разработке: рекомендации и предложения по расширению перечня дополнительных услуг в гостиничном предприятии.

Законченная дипломная работа должна быть набрана на компьютере на одной стороне листа. Все разделы дипломной работы следует излагать по возможности кратко, чтобы размер в целом не превышал при печатном тексте 30-50 страниц, шрифт 14, интервал 1,5.

Наименование раздела	Количество страниц
Введение	3
1 Теоретические основы предоставления гостиничных услуг	12
2 Анализ организации спортивно-оздоровительной деятельности в парк-отеле «березка»	23
3 Разработка программы дополнительных услуг для фитнес-комплекса парк-отеля "берёзка"	
Заключение	3
Список использованных источников	3

Примерный баланс времени при выполнении КР (указать распределение времени по этапам выполнения в днях):

Наименование раздела	Время выполнения, в днях
Введение	3
1 Теоретические основы предоставления гостиничных услуг	15
2 Анализ организации спортивно-оздоровительной деятельности в парк-отеле «березка»	15
3 Разработка программы дополнительных услуг для фитнес-комплекса парк-отеля "берёзка"	15
Заключение	5
Список использованных источников	2

Наименование организации, в которой выпускник проходит преддипломную практику: парк-отель «Березка»

Дата выдачи ДР «___» _____ 2023 г.

Срок окончания ДР «___» _____ 2023 г.

Руководитель ДР _____/ И. В. Пызина
(подпись)

Задание к исполнению принял «___» _____ 2023 г.

Студент _____/ С. С. Суханова
(подпись)

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....5

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ 8

1.1 Нормативно-правовая база гостиничного сервиса.....8

1.2 Специфика и виды гостиничных услуг……....

1.3 Тенденции в предоставлении спортивно-оздоровительных услуг в гостинице

2 АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПАРК-ОТЕЛЕ «БЕРЕЗКА» 20

2.1 Общая характеристика парк-отеля «Березка».....20

2.2 Основные и дополнительные услуги в парк-отеле «Березка» 30

2.3 Анализ эффективности спортивно-оздоровительной деятельности в гостинице 37

3 РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ДЛЯ ФИТНЕС-ЦЕНТРА ПАРК-ОТЕЛЯ "БЕРЁЗКА"

3.1 Программа оптимизации деятельности фитнеса

3.1 Разработка велосипедных дорожек

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....43

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....46

ПРИЛОЖЕНИЯ.....48

ПРИЛОЖЕНИЕ А 49

ПРИЛОЖЕНИЕ Б 50

ПРИЛОЖЕНИЕ В 51

ВВЕДЕНИЕ

Индустрия гостеприимства – система современных производств, предприятий, сервисных учреждений и организаций, специализирующихся на обслуживании приезжающих в данную местность на сравнительно короткий период. То есть, гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает в себя организацию и предоставление услуг за вознаграждение для приезжающих в данную местность людей в целях отдыха, по личным надобностям или для решения производственно-финансовых вопросов.

Гостиничный продукт – это элемент индустрии гостеприимства, которая включает совокупность субъектов и видов деятельности, сконцентрированных на обеспечении приезжих граждан питанием, жильем и организацией досуга в отелях (гостиницах). Отель (гостиница) – это коллективный объект размещения, состоящий из некоторого числа помещений (номеров). Он имеет единое руководство и предоставляет набор услуг [Панкова, с. 90].

Оптимизация ассортимента дополнительных гостиничных услуг, в том числе организация спортивно-оздоровительной деятельности в гостиничном предприятии, может способствовать повышению конкурентных преимуществ гостиничного комплекса.

Еще одна проблема всех гостиничных предприятий – это возможность обслуживания не только гостей отеля, но и обычных горожан в современных условиях промышленного города. В целях привлечения новых клиентов современных гостиничные предприятие предлагают дополнительные и сопутствующие гостиничные услуги, расширяющие гостиничный продукт.

Услуги, предоставляемые в гостиницах, бывают дополнительными и основными. К основным услугам относят питание и проживание. В зависимости от «звездности» гостиниц варьируется ассортимент дополнительных услуг. Наряду с этим услуги могут быть платными и бесплатными.

Актуальность данной темы обусловлена необходимостью расширения состава гостиничного продукта, в том числе за счёт деятельности спортивно-оздоровительных комплексов в гостиничных предприятиях.

Объектом исследования является процесс оказания спортивно-оздоровительных услуг в гостинице.

Предметом дипломной работы являются особенности предоставления спортивно - оздоровительных и фитнес-услуг в гостинице.

Целью данной работы является разработка рекомендаций по организации спортивно-оздоровительных и фитнес-услуг в гостиничных предприятиях.

Задачи данной работы:

– теоретические основы предоставления спортивно-оздоровительных услуг;

– выявить тенденции в предоставлении спортивно-оздоровительных услуг в гостинице;

– анализ форм и методов предоставления спортивно-оздоровительных и фитнес-услуг в парк-отеле «Березка»;

– разработать рекомендации по предоставлению дополнительных услуг в фитнес-центре отеля "Берёзка".

В процессе написания дипломной работы использованы следующие методы исследования: теоретический анализ, анкетирование, наблюдение, сравнение и обобщение полученной информации.

Практическая значимость настоящего исследования заключается в возможности использования предлагаемых в настоящей работе рекомендаций по совершенствованию культуры обслуживанию и расширению спектра дополнительных гостиничных услуг в практической деятельности различных средств размещения.

В первой главе дипломной работы отражены теоретические основы предоставления гостиничных услуги включая общее понятие гостиничных

услуг. Исследована нормативно-правовая база гостиничного сервиса, а так же тенденции в предоставления спортивно-оздоровительных услуг в гостинице.

Во второй главе изложены общие характеристики парка-отеля «Березка» располагается по адресу: Россия, Челябинск, ул. Чапаева, 118. Организационно-правовая форма парк-отеля «Березка» – общество с ограниченной ответственностью. Исследованы гостиничные услуги, основными является услугами размещения в услуги питания, так же дополнительные услуги бронирования, обслуживание в номерах, услуги перечной и химчистки, услуги портье и носильщиков и др.

В третьей главе дипломной работы представлена разработка программы дополнительных услуг для фитнеса парк-отель «Березка». Определяющим фактором для улучшения и увеличения качества и количества дополнительных услуг является ориентация гостиничного предприятия на определенную категорию постояльцев. Основную роль играет продвижение предлагаемых услуг в данной спортивно-оздоровительной зоне. Представлены квалифицированные требования, к сотрудникам оздоровительного центра.

Структура дипломной работы соответствует логике исследования и включает в себя введение, теоретическую часть, аналитическую часть, практическую часть, заключение, список использованных источников и приложения.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

1.1 Нормативно-правовая база гостиничного сервиса

Средство размещения - имущественный комплекс, включающий в себя здание или часть здания, помещения, оборудование и иное имущество и используемый для временного размещения и обеспечения временного проживания физических лиц.

Гостиница – средство размещения, состоящее из определенного количества номеров и сгруппированное по категориям в зависимости от набора предоставляемых услуг и оборудования номерного фонда. Как следует из вышесказанного, сущностью гостиничной деятельности является удовлетворение потребностей населения во временном проживании в жилом помещении, оборудованном мебелью, а также в сопутствующих услугах.

Важнейшие специфические черты гостиничных услуг – неодновременность процессов производства и потребления; ограниченная возможность хранения; срочный характер гостиничных услуг; широкое участие персонала в производственном процессе; сезонный характер спроса на гостиничные услуги; взаимозависимость гостиничных услуг и цели поездки. Приведенный перечень специфических черт гостиничных услуг для целей конкретизации предлагается дополнить еще двумя:

– комплексный характер – за время пребывания в гостинице клиент может выбрать любой комплекс услуг, связанных или не связанных с гостиницей (его накормят в стенах гостиницы или отправят телеграмму на почте, окажут услуги прачечной или организуют экскурсию);

– индивидуальность – каждому клиенту фактически предоставляется индивидуальный набор услуг по его желанию (начиная от бронирования и до организации выезда из гостиницы).

Гостиничные услуги в гостинице бывают следующими:

– основные – предназначены непосредственно для приезжающих в гостиницу;

– сопутствующие – предназначены для обслуживания преимущественно клиентов гостиницы, но этими услугами могут воспользоваться местные жители (ресторан, интернет-кафе, бизнес-центр и т.п.);

– прочие – услуги, предназначенные, как правило, для обслуживания местного населения, но ими могут воспользоваться и гости города (почтовое отделение, такси и т.д.). В зависимости от категории отеля гостиничные услуги предлагается разделить на обязательные и дополнительные с дальнейшим подразделением.

Специфика гостиничной услуги определяется также особенностями и технологиями обслуживания гостей. Технологический процесс оказания гостиничной услуги начинается с бронирования номера клиентом еще задолго до приезда гостя и может включать в себя даже встречу гостя на вокзале или в аэропорту.

Позиция гостиничного продукта на рынке определяется на основе выявления его качественных, ценовых и иных преимуществ и особенностей перед другими аналогичными характеристиками продуктов конкурента. Основным источником различий на рынке услуг является соотношение стоимости и качества предоставляемых услуг. Эти две категории являются ключевыми в принятии решения клиента относительно выбора отеля.

На стоимость гостиничного продукта (услуги) влияют два фактора:

– материально-технический – номерной фонд, техническое оборудование, меню в ресторанах, интерьер и т.д.;

– человеческий – вежливость, профессионализм, оперативность обслуживания, быстрота в решении проблем.

Обладая рядом особенностей, гостиничная услуга во многом оценивается с точки зрения квалификации обслуживающего персонала. Поэтому персонал

гостиницы должен быть в достаточной мере обучен, мотивирован и ориентирован на реализацию главной цели – удовлетворение клиента качеством предоставляемых услуг. Такой подход к персоналу выделяет его в один из важнейших факторов, влияющих на качество реализуемого гостиничного продукта. Упомянутые факторы неотделимы друг от друга, если речь идет о стоимостных составляющих гостиничной услуги.

Таким образом, гостиничный продукт имеет двойственный характер. С одной стороны, он характеризуется вложенными в него затратами овеществленного и живого труда и является его результатом, представленным одновременно в материально-вещественной форме (материальные услуги) и в виде услуг (нематериальная форма), с другой – способностью удовлетворить запросы потребителей на должном уровне.

1.2 Специфика и виды гостиничных услуг

Согласно действующему законодательству в РФ, гостиничные услуги – комплекс услуг по предоставлению физическим лицам средства размещения и иных услуг, предусмотренных Правилами предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденными Правительством Российской Федерации, которые предоставляются индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами. Классификация гостиниц - отнесение гостиниц к определенным категориям, установленным положением о классификации гостиниц, утвержденным Правительством Российской Федерации, на основании оценки соответствия гостиниц и предоставляемых в них гостиничных услуг требованиям, установленным этим положением.

Классификация средств размещения и формирование системы качества на рынке туристических услуг – это взаимосвязанные процессы. Под средством размещения принято понимать любой объект, который обеспечивает туристам размещение на постоянной основе. В современной экономике проблема

категоризации средств размещения является немаловажной в системе управления качеством услуг. На данный момент в мире, в том числе и в Европе, нет единой системы категоризации.

По данным Международной ассоциации гостиниц и ресторанов (МАГР), в настоящее время официальная система категоризации средств размещения принята только в 64 странах мира, в 11 из них она находится в стадии разработки, в 58 странах гостиницы не имеют единой системы категоризации. При этом стоит отметить, что все системы категоризации разрабатываются в соответствии со Стандартной классификацией средств размещения туристов, разработанной специалистами ВТО. Данная система носит рекомендательный характер. К странам, не имеющим единой национальной системы категоризации, относятся такие страны массового туризма как Япония и Великобритания. Это обусловлено тем, что разработка системы категоризации средств размещения относится к числу наиболее сложных проблем гостиничного хозяйства.

В настоящее время в мире действуют различные национальные системы категоризации средств размещения, прежде всего гостиниц (система «звезд» от 1 до 5 звезд, система букв – A, B, C, D; система «корон», «лун», «яблок», «бриллиантов», и т. д.), которые объединяют в две группы:

1. «Европейский тип», в основу которого положена французская национальная система;

2. Балльная оценка, основу которой составляет индийская национальная система.

В российской практике документом, призванным регулировать проведение работ по категоризации средств размещения, стал принятый в 2020 году нормативно-правовой документ «Об утверждении Положения о классификации гостиниц». В соответствии с этим документом категорирование компаний происходит по системе «звездности», то есть минимальной оценкой,

которую может получить предприятие, является одна звезда, максимальной – пять. Экспертная оценка состоит из шести этапов.

I этап – предварительная оценка соответствия. Здесь рассматриваются требования к предприятию по категории от 1 до 5 звезд (Таблица 1).

Таблица 1 – Оценка соответствия звездности.

Количество звезд	Характеристика
одна звезда *	отсутствие питания, расположение на окраине города, количество номеров от 6 до 10, номер оснащен кроватью и тумбочкой.
две звезды **	номер оснащен кроватью, стулом, столом, телевизором, раковиной, предоставляется завтрак, возможность свободного посещения в течение 24 часов.
три звезды ***	одноместные и двухместные номера с одной двуспальной или двумя односпальными кроватями, в номере есть телефон, бар и телевизор, свободное посещение в течение 24 часов.
четыре звезды ****	повышенный уровень комфорта, удачное месторасположение, номер оснащен телефоном с выходом на межгород, мини-баром, сейфом, холодильником, в пакет услуг входит завтрак, обязательно наличие охраняемой автостоянки, предоставляется множество дополнительных платных услуг, наличествуют номера с улучшенными условиями
пять звезд *****	обязательно наличие нескольких ресторанов, парикмахерской и прачечной, тренажерного зала, бизнес-центров, бассейна и косметологических кабинетов.

II этап – оценка гостиницы по балльной системе по критериям, в соответствии с установленными требованиями. В данном случае рассматриваются критерии балльной оценки для средства размещения с количеством номеров менее 50, равным 50 и более 50. Отдельно рассматриваются критерии для оценки курортных гостиниц, гостиниц, расположенных на территории исторических поселений, гостиниц в зданиях, являющихся объектами культурного наследия, апарт-отелей, домов отдыха, пансионатов и других аналогичных средств размещения.

III этап – оценка соответствия номеров различных категорий. На данном этапе рассматриваются требования к номерам категории «сюит», «джуниор сюит», «апартамент», «люкс» и «студия».

IV этап – балльная оценка номеров гостиницы по критериям оценки номеров гостиниц.

V этап – балльная оценка персонала гостиницы по критериям оценки персонала гостиниц.

VI этап – в соответствии с результатами вышеперечисленных мероприятий составляется акт оценки соответствия средства размещения одной из категорий [7, с. 1].

Таким образом, в Российской Федерации принята своя классификация средств размещения. Настоящим законодательным Положением устанавливаются следующие категории гостиничных номеров:

- номера «высшей категории» – номера категорий «сюит», «апартамент», «люкс», «джуниор сюит», «студия»;
- номера «первой категории» (стандарт);
- номера «второй категории»;
- номера «третьей категории»;
- номера «четвертой категории»;
- номера «пятой категории».

Классификации не подлежат средства размещения, используемые для осуществления основной деятельности организаций отдыха и оздоровления детей, медицинских организаций, организаций социального обслуживания, физкультурно-спортивных организаций, централизованных религиозных организаций и (или) организаций, входящих в их структуру, деятельности по оказанию услуг в сфере сельского туризма в сельской местности, кемпинги, общежития, средства размещения в жилых помещениях, туристские приюты, туристские стоянки, дома-кордоны, в том числе расположенные на земельных участках особо охраняемых природных территорий, а также иные средства размещения, в которых не предоставляются гостиничные услуги.

По видам выделяют следующие виды средств размещения, представленные в (Таблице 2).

Таблица 2 – Виды средств размещения.

Вид средства размещения	Характеристика
городская гостиница (отель)	вид гостиниц, расположенных в городе
Парк-отель «Берёзка» находится в живописном уголке Челябинска.	вид гостиниц, имеющих в силу этого ограничение при проведении реставрации и ремонтных работ
курортный отель, дом отдыха, центр отдыха, пансионат	вид гостиниц, которые расположены в лечебно-оздоровительных местностях или на курортах, оказывающих помимо гостиничных услуг комплекс дополнительных услуг оздоровительного характера, в том числе с использованием лечебных природных ресурсов
апарт-отель	вид гостиниц, номерной фонд которых состоит из номеров категорий "студия" и "апартамент".
комплекс апартаментов	вид гостиниц, расположенных в одном или нескольких зданиях (корпусах, строениях), объединенных одной территорией, или в части здания, с номерным фондом, состоящим из номеров различных категорий с кухонным оборудованием и санузлом (душ и (или) ванная, туалет)
мотель	вид гостиниц, размещенных в границах полосы отвода автомобильной дороги или придорожных полос автомобильных дорог, с автостоянкой, вход в номера которых может быть осуществлен с улицы (с места парковки автомобиля)
хостел	вид гостиниц, включающих в себя номера различных категорий, в том числе многоместные номера (но не более 12 мест в одном номере), с возможностью предоставления проживающим как номера целиком, так и отдельных мест, помещения для совместного использования гостями (гостиные, холлы, комнаты для приема пищи и т.п.), общая суммарная площадь которых составляет не менее 25 процентов общей суммарной площади номеров, санитарные объекты, расположенные, как правило, за пределами номера
загородный отель, туристская база, база отдыха, гостиничные номера при визит-центре	вид гостиниц, расположенных в сельской местности, в горной местности, в лесу (в том числе на земельных участках в пределах особо охраняемых природных территорий и охранных зон особо охраняемых природных территорий

Итак, под средством размещения принято понимать любой объект, который обеспечивает туристам размещение, и в Российской Федерации, как и во многих странах, принята своя система классификации средств размещения для туристов по категории звездности, видам и другим критериям, что помогает систематизировать все требования к ним.

1.3 Тенденции в предоставлении спортивно-оздоровительных услуг в гостинице

Без дополнительной оплаты гостям могут предоставляться следующие виды услуг: пользование медицинской аптечкой, вызов скорой помощи; побудка к определенному времени; доставка в номер корреспонденции по ее получении; предоставление иголок, кипятка, ниток, одного комплекта столовых приборов и посуды. Кроме бесплатных и обязательных услуг, гостиницы предлагают целый комплекс различных дополнительных услуг, которые оплачивают дополнительно.

В спортивно-оздоровительных комплексах или центрах (Health Center, Sport Club, Fitness Center, Health Club) высококлассных отелей есть все необходимое для отдыха и занятий спортом: бассейн, джакузи, сауна, солярий, тренажерный зал, бар, раздевалка, душевые, туалетные комнаты.

Бассейн. Размеры, конфигурации и глубина бассейнов в гостиницах бывают самыми разными. Так, самым длинным бассейном, занесенным в книгу рекордов Гиннеса, считается бассейн отеля «Хайатт Ридженси Керромар» в Пуэрто-Рико. В распоряжении гостей находится бассейн длиной 541 м и площадью в 1,8 га. Бассейн включает пять соединяющихся «водяными горками» секций, окруженных зоной из 14 водопадов на фоне тропической растительности. В бассейне созданы искусственные волны [Тимохина, с. 234].

Размер бассейна 12 х 6 м или чуть больше в здании отеля является вполне достаточным для восстановления сил и хорошего отдыха. Глубина варьируется и в среднем составляет 1,30 м. Голубая кафельная плитка в бассейне и особая подсветка придают воде привлекательную голубизну. Безопасные нескользящие ступени спускаются в прозрачную воду. В бассейне постоянно поддерживается комфортная температура воды (приблизительно +28 ÈС), о которой посетителей бассейна информирует электронное табло. В зоне бассейна находится джакузи, которая вмещает одновременно несколько

человек. Температура воды в джакузи +40 ÈС.

Большое внимание в гостиницах придают химическому составу воды. Вода постоянно подвергается очистке через многоступенчатую систему фильтров. Вода может очищаться с помощью специальных матерчатых, ультрафиолетовых, песчаных фильтров. Для обеззараживания воды также могут использоваться хлорсодержащие препараты, озонирующие установки и другие методы. Каждый день берутся пробы воды для того, чтобы не допустить появления болезнетворных микроорганизмов в воде.

Строго по графику (несколько раз в году) бассейн и джакузи полностью освобождают от воды, проводят основательную чистку с дезинфекцией и заполняют свежей водой (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Бассейн в отеле

Клиенты по своему усмотрению могут менять температуру. Перед дверью в сауну размещают ковш для воды. Использование принесенных с собой ароматических средств запрещено. В саунах имеются: песочные часы, термометр и специальная кнопка вызова сотрудника на случай, если у гостей возникнут проблемы со здоровьем во время сеанса. Такая кнопка должна быть хорошо видна и легко доступна.

Солярий. предназначен для получения ровного и красивого загара. Эта услуга очень востребована в гостиницах. В зависимости от типа модели солярия его включение происходит по-разному. Чаще всего — путем опускания жетонов в специальный приемник для жетонов, снабженный таймером.

Тренажерный зал (спортивный, гимнастический). Такие залы высококлассных отелей имеют в своем арсенале современные тренажеры для развития и укрепления практически всех групп мышц (мышц спины, живота, рук, ног, грудных и ягодичных мышц и т. д.). Для тренировки мышц необходимы также гантели: по 2, 4, 6, 8, 9, 10 кг. Большой популярностью у посетителей тренажерного зала пользуются беговые дорожки. Клиенты могут самостоятельно выбрать себе программу по ходьбе или бегу. Это касается скорости, наклона беговой дорожки и т. д. Тренажер имеет функцию определения ритма работы сердца во время занятий. Многим клиентам приходится по душе велотренажер. Между тренажерами в помещении спортивного зала высококлассной гостиницы всегда имеется достаточно места (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Тренажерный зал в отеле

Относительно посещения оздоровительного центра клиентами, не проживающими в отеле, существует разная политика гостиниц на этот счет. Руководство одних отелей категорически против посетителей «со стороны» в оздоровительных центрах своих отелей. Руководство других отелей не видит в этом ничего страшного и рассматривает оздоровительный центр как центр прибыли, вносящий ощутимый вклад в процесс получения прибыли отелем. В этом случае для клиентов, не проживающих в отеле, за пользование оздоровительным центром устанавливают плату по прейскуранту. Часть отелей идет еще дальше и предлагает всем желающим воспользоваться услугами оздоровительного центра, приобретя клубную карту (абонемент) на его посещение.

Можно сделать вывод, что быстрое развитие гостиничного рынка сопровождается динамичным изменением спроса и предложения, модификацией потребительских предпочтений, что, несомненно, повышает роль расширения спектра предоставляемых гостиничных услуг во всех направлениях гостиничного бизнеса.

2 АНАЛИЗ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

2.1 Общая характеристика парк-отеля «Березка»

Парк-отель «Березка» располагается по адресу: Россия, Челябинск, ул. Чапаева, 118. Организационно-правовая форма парк-отеля «Березка» – общество с ограниченной ответственностью. Основной вид деятельности – деятельность гостиниц с ресторанами (код ОКВЭД – 5.11). Существует еще 30 дополнительных видов деятельности, которые осуществляет парк-отель «Березка». В их числе:

– торговля розничная напитками в специализированных магазинах;

– торговля табачными изделиями в специализированных магазинах;

– деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания;

– деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания.

Парк-отель «Березка» находится в живописном уголке Челябинска, в 10 минутах пути от центра города, на берегу озера Смолино и занимает площадь в 5 Га. Лес, тишина и чистый воздух, комфортное размещение и внимательный персонал – все условия для отличного отдыха и плодотворной работы.

Парк-отель «Берёзка» был основан в 2002 году и входит в Холдинг «БОВИД» – один из крупнейших холдингов в Уральском федеральном округе, имеющий 30-летнюю историю непрекращающегося успешного и динамичного развития. Отель имеет категорию «четыре звезды» и включает в себя 60 номеров с эксклюзивным дизайном, где могут разместиться до 112 человек. В каждом номере ванная комната, спутниковое ТВ, телефон, сейф, халат и тапочки, гостиничная парфюмерия, фен, минеральная вода. Бесплатный Wi-Fi на территории отеля [сайт].

Фитнес-центр «Берёзка» - один из лучших спортивных комплексов в Челябинске (Рисунок 3).



Рисунок 3 - Фитнес-центр «Берёзка»

Фитнес-центр «Берёзка» - фитнес-клуб премиум-класса в 10 минутах езды от центра Челябинска, общей площадью более 1000 кв м. Фитнес-центр «Берёзка» расположен в живописном березовом парке на берегу озера Смолино на территории парк-отеля «Березка». Современные технологии, высокопрофессиональный тренерский состав, широкий спектр предоставляемых услуг, а также, возможность активного отдыха на свежем воздухе обеспечивают высокий уровень комфорта и условия, необходимые для эффективных тренировок, направленных на достижение поставленных целей.

Фитнес-центр «Берёзка» работает ежедневно с 07:00 до 23:00

2.2 Основные и дополнительные услуги в парк-отеле «Березка»

В соответствии с ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения» услугой называют «результат непосредственного взаимодействия потребителя и исполнителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребностей потребителя услуг» [ГОСТ].

Предложение гостиничных услуг – это количество гостиничных услуг, которые производитель готов продать по конкретной цене из ряда возможных в определенный период. Закон предложения – закон, в соответствии с которым с ростом цен.

Основные услуги: услуги размещения в услуги питания.

Дополнительные услуги: услуги бронирования, обслуживание в номерах, услуги перечной и химчистки, услуги портье и носильщиков и др.

Сопутствующие услуги: услуги салона красоты, спортивные услуги (бассейн, тренажерный зал и др.), услуги конференц-залов и переговорных комнат, услуги проката, торговля линии связи, заказы билетов и др.

Пляж отеля «Березка» расположен в 150-ти метрах от здания гостиницы. Оборудованный пляж площалью более 3500 м^2: пляжная мебель, лежаки, зонтики, полотенца, душевые, раздевалки. Развлечения на пляже: пляжный волейбол, бадминтон, шахматы, шашки, мини-гольф, детская игровая площадка (Рисунок 4).



Рисунок 4 – Пляж

Русская баня – отличное средство для поднятия тонуса, снятия стресса, получения заряда бодрости и улучшения общего уровня здоровья (Рисунок 5).



Рисунок 5 - Русская баня

Аква-зона 25 м бассейн с трехступенчатой системой очистки воды (без хлора) (Рисунок 6).



Рисунок 6 – Аква-зона

Тренажерный зал имеет 37 самых современных тренажеров (Рисунок 7).



Рисунок 7 – Тренажерный зал

Теннисный корт Оборудован раздевалкой, подсветкой в темное время суток. (Рисунок 8).



Рисунок 8 – Теннисный корт

Профессионализм персонала и современное оборудование создадут для гостей неповторимую атмосферу комфорта, и сделают отдых в фитнес-центре

«Берёзка» незабываемым. Перечень услуг за дополнительную плату и специальных предложений представлен в (Таблице 3).

Таблица 3 – Услуги за дополнительную плату и спецпредложения

Услуги	Характеристика
Услуги прачечной и хим. чистки, входящие в стоимость проживания	-
Бесплатный трансфер из аэропорта	-
Скидки именинникам	- скидка на проживание 20% для Вас и Ваших гостей - повышение категории номера именинника в день заезда - скидка на меню ресторана 15% Предложение действует за 5 дней до Дня рождения, непосредственно в День рождения гостя и в следующие 5 дней
Мероприятия с воскресенья по четверг со скидками	В парк-отеле «Берёзка» с воскресенья по четверг: - скидка 10% на меню на всех банкетных площадках - скидка 30% на организацию торжественной регистрации - скидка 40% на аренду светодиодного экрана
Проживание с домашними животными	Стоимость проживания одного питомца в номере 1500 рублей на весь период проживания, а также депозит в размере 5 000 рублей
Подарочные сертификаты	Возможность приобрести подарочный сертификат на любую сумму. Подарочные сертификаты действуют на следующие услуги: - проживание - услуги фитнес-центра «Березка» - услуги ресторана «Березка»
Привилегии держателей карт VISA	Действуют следующие скидки для держателей следующих карт: VISA Classic - 5%, VISA Gold - 10%, VISA Infinite - 10%, VISA Standard - 5%, VISA Gold - 10%, Private Banking - 10%, Premium Banking - 10%, VISA Classic - 5%, VISA Gold - 10%, VISA Platinum - 15%
Спецпредложения «семейные выходные», «романтическая ночь», «отдых без забот»	Возможность провести время с семьей, любимых человеком, индивидуально. Цены варьируются в зависимости от выбранной категории номера, обсуждаются по телефону бронирования.

Таким образом, парк-отель «Березка» – это огромный комплекс, включающий себя номерной фонд в 60 номеров, предприятия питания, банкетные залы, конференц-залы и большой спектр дополнительных услуг, повышающих процент продаж предприятия даже больше, чем просто проживание. Исходя из этого можно сказать, что расширение спектра

гостиничных услуг парк-отеля «Березка» повлияет на повышение спроса потребителей, и соответственно, на процент продаж и доход отеля.

2.3 Анализ эффективности спортивно-оздоровительной деятельности

Руководство одних отелей категорически против посетителей «со стороны» в оздоровительных центрах своих отелей. Руководство других отелей не видит в этом ничего страшного и рассматривает оздоровительный центр как центр прибыли, вносящий ощутимый вклад в процесс получения прибыли отелем. В этом случае для клиентов, не проживающих в отеле, за пользование оздоровительным центром устанавливают плату по прейскуранту. Часть отелей идет еще дальше и предлагает всем желающим воспользоваться услугами оздоровительного центра, приобретя клубную карту (абонемент) на его посещение. Существуют самые разные варианты [Тимохина, с. 238].

Руководство парк-отеля «Березка» придерживается второй точки зрения и с удовольствием принимает жителей и гостей нашего города в своем оздоровительном центре (Рисунок 9).



Рисунок 9 – Оздоровительный центр

Перед входом в оздоровительный центр вывешены правила поведения при посещении оздоровительного центра. В целях поддержания высокого уровня чистоты клиентов просят пользоваться одноразовыми тапочками, которые в достаточном количестве имеются в оздоровительном центре. Помимо этого, гостям предоставляются банные халаты и средства личной гигиены.

Как правило, в помещение оздоровительного центра высококлассного отеля можно попасть путем проведения магнитной картой по считывающему устройству замка на двери. Клиенты, проживающие в отеле, получают ключ от шкафчика для переодевания в обмен на магнитный ключ-карту от номера. Сотрудник помещает его в конверт, на котором помечает номер комнаты клиента и номер выданного ключа от шкафчика. При уходе из оздоровительного центра происходит обмен в обратном порядке. Та же процедура происходит и с клубной картой, предъявляемой посетителями, не проживающими в отеле. Только вместо номера комнаты, будет указан номер клубной карты. Сотрудники оздоровительного центра должны четко владеть информацией о том, кто находится в данный момент в оздоровительном центре. Это необходимо знать для правильного выставления счетов на оплату услуг оздоровительного центра, а также в случае срочного вызова клиента по телефону или передачи другой важной информации для него.

3 РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ДЛЯ ФИТНЕС-ЦЕНТРА ПАРК-ОТЕЛЯ "БЕРЁЗКА"

3.1 Программа оптимизации деятельности фитнеса

Фитнес-центр парк-отеля «Березка» – достаточно популярный сервис в нашем городе, как среди горожан, так и среди гостей города Челябинск. Однако, чтобы он приносил прибыль, необходимы достаточно грамотно проводить маркетинговую политику по продвижению предлагаемых услуг в данной спортивно-оздоровительной зоне. Подробно услуги фитнес-центра парк-отеля «Березка» отражены в Приложении А.

Квалифицированные требования, предъявляемые к сотрудникам оздоровительного центра [5, с. 239].

1. Средне-специальное медицинское или спортивное образование.

2. Владение навыками массажа (стаж работы массажистом не менее двух лет).

3. Знание английского языка.

Должностные обязанности сотрудников оздоровительного центра. Общие положения. Сотрудники всех смен оздоровительного центра обязаны следующее.

1. Знать правила оказания первой медицинской помощи, уметь делать искусственное дыхание.

2. Наблюдать за плавающими в бассейне людьми, оказывать помощь (при необходимости).

3. Уметь квалифицированно делать массаж. 4. Быть всегда одетыми в чистую спортивную форму. 5. Всегда аккуратно выглядеть (длинные волосы у девушек должны быть собраны и заколоты).

6. Создавать приветливую обстановку, уютную атмосферу.

7. Контролировать исправность всего оборудования.

8. Соблюдать правила пожарной безопасности, техники безопасности.

9. Выполнять все разумные просьбы клиентов.

10. Оказывать внимание клиентам, заботиться о них, оказывать квалифицированную помощь.

11. Давать консультации на предмет того, как пользоваться помещением и оборудованием оздоровительного центра.

12. Уметь составить гостю индивидуальную фитнес-программу.

13. Контролировать выполнение посетителями правил поведения в оздоровительном центре.

14. В случае возникновения инцидента срочно обращаться к руководителю.

15. Поддерживать высокий уровень чистоты в помещении оздоровительного центра, содержать в чистоте рабочее место.

16. Знать прейскурант цен на оказываемые платные услуги.

17. Знать компьютерную программу, используемую в оздоровительном центре отеля.

18. Точно и правильно выполнять кассовые операции, вести финансовую документацию.

19. Контролировать наличие продуктов и напитков в баре.

20. Контролировать наличие других необходимых в работе предметов.

21. Рекламировать услуги, предоставляемые в оздоровительном центре.

22. Работать в соответствии со стандартами обслуживания, заведенными в оздоровительном центре отеля.

23. Участвовать во внутрифирменном обучении.

24. Обучать стажеров на рабочем месте.

25. Поддерживать хорошие отношения с персоналом других служб отеля.

Таким образом, дополнительные услуги выступают в качестве непременной составляющей деятельности каждой гостиницы. Определяющим фактором для улучшения и увеличения качества и количества дополнительных услуг является ориентация гостиничного предприятия на определенную

категорию постояльцев. Другими словами, их качество и количество напрямую связаны со степенью востребованности, могут быть абсолютно разными. Значит, в качестве ключевых понятий, в русле которых существуют любые дополнительные услуги, можно признать целесообразность и оправданность.

Исследование показало, что спортивно-оздоровительные услуги в гостевом бизнесе являются частью предлагаемого продукта, они либо входят в основные услуги, то есть в пакет обязательных услуг, оговоренных в путевке (ваучере), либо являются частью дополнительных услуг. Так же услуги оздоровительного центра могут быть доступны и для посетителей, не проживающих в гостинице, что может являться источником дополнительного дохода гостиницы.

3.2 Разработка велосипедных дорожек

Быстрое развитие рынка гостиничных и туристических услуг сопровождается динамичным изменением спроса и предложения, модификацией потребительских предпочтений, что, несомненно, повышает роль управления маркетингом и продажами на предприятиях, функционирующих на данном рынке. Одной из важных задач деятельности компаний гостинично-туристической сферы является продвижение на рынке и сбыт предлагаемого продукта. Успех гостиничных и туристических предприятий обеспечивается своевременностью донесения соответствующей информации до потенциального клиента с целью вызвать у него ответную реакцию. Выполнение этой задачи зависит от менеджмента компании и возможно при условии, что руководитель предприятия обладает знаниями в сфере маркетинга или же в компании есть квалифицированные маркетологи.

Специалисты Всемирной туристской организации (UNWTO) выделяют три базовые функции управления маркетингом в гостинично-туристической сфере:

1.....Функция налаживания контактов с клиентами. Требуется убедить потенциальных потребителей услуг, что рекомендуемое место отдыха и имеющиеся там службы сервиса, достопримечательности и желаемые выгоды соответствуют тому, что сами клиенты ожидают приобрести.

2.....Совершенствование деятельности предполагает формирование и внедрение нововведений, обеспечивающих перспективные возможности для реализации продукта гостиничным и туристическим предприятиям. Как правило, подобные нововведения улучшают свойства и качества предоставляемых предприятиями услуг, что повышает их соответствие нуждам и предпочтениям перспективных клиентов.

3.....Проверка и контроль представляют собой анализ результатов деятельности по формированию и управлению системой продвижения и показывают, насколько итоги деятельности предприятия отражают его реальный потенциал на рынке гостеприимства и туризма. Контроль маркетинга – периодическая, планомерная и непредвзятая проверка положения и процессов в сфере маркетинга.

В сущности, он подразумевает сопоставление норм и реального, существующего положения. Система маркетингового контроля нацелена на своевременное обнаружение всех проблем и отклонений от нормального движения к поставленной цели, а также на корректировку работы предприятия. Все это необходимо для того, чтобы имеющиеся проблемы не переросли в кризис.

Помимо системы управления маркетингом необходимо выстроить эффективную политику управления продажами гостиничных и туристических продуктов. Менеджмент в данных подразделениях должен концентрироваться на достижении глобальной цели предприятия индустрии гостеприимства и туризма, а совместные усилия – вести к формированию базы постоянных клиентов.

Управление продажами – это комплексный процесс, включающий как процессы, связанные с управлением сотрудниками гостиничного предприятия, которые формируют продажи (подбор, мотивация и планирование развития персонала), так и процессы, связанные с управлением каналами сбыта. В настоящее время значительное внимание уделяется автоматизации процесса работы с клиентами, который также обычно называют управлением продажами.

Велотуризм как активный отдых заключается в прохождении на велосипеде маршрутов, содержащих общетуристические и специфические для велотуризма объекты экскурсионного характера. На большой территории парк-отеля «Березка» вполне можно предусмотреть несколько велосипедных дорожек и прокат велосипедов как для взрослых, так и для детей.

Обычно, велосипедные трассы проходят среди деревьев, она имеет различный характер: прямой, под наклоном (вниз или вверх по рельефу). Таким образом, подъёмы чередуются со спусками и с ровными поверхностями, обеспечивая равномерную нагрузку и избавляя от однообразия и монотонности движения. Трасса освещена, оборудована велопарковками, она охватывает всю проектируемую территорию и имеет возможность выхода на площадки отдыха, пункты проката спортивного инвентаря и пешеходные транзиты (Рисунок 10).

Расчет затрат по предоставлению услуг проката велосипеда представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Расчет затрат на приобретение специальной экипировки

№	Снаряжение	Стоимость, рублей
1	Туристский велосипед	50 000 – 100 000
2	Шлем	7 000 – 15 000
3	Перчатки	1 000 – 3 000
4	Наколенники	3 000 – 5 000
5	Голень	2 000 – 5 000



Рисунок 10 - Вид на велосипедную трассу

Количество полученного удовольствия от велотура и безопасность гостя отеля зависят как от велосипеда, так и от экипировки. Для защиты головы обязательно необходим шлем, он является обязательным элементом и защищает голову в непредвиденных ситуациях.

Таким образом, постоянное повышение уровня сервиса, работа над гостиничным продуктом на конкретном гостиничном предприятии, мониторинг инноваций и внедрение их в работу автоматически повлияет на повышение продаж и других гостиничных услуг. На основе всей собранной и проанализированной информации была разработана программа оптимизации процесса предоставления услуг фитнеса в парк-отеле «Березка», заключающаяся в расширении спектра предоставляемых услуг как для постоянных клиентов отеля, так и для жителей нашего города.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Возможность заниматься спортом в отеле уже давно стала неотъемлемой частью гостиничного сервиса. Непрерывный ритм жизни и всё возрастающие психоэмоциональные нагрузки, малоподвижный образ жизни заставляют заботиться о здоровье каждого человека. Находясь долгое время в командировках и на работе, люди нуждаются в условиях, максимально приближенных к домашним, в том числе, в отношении спортивных услуг - снять напряжение прекрасно можно и в спортивном зале.

Гостиничные услуги представляют собой комплекс услуг, предоставляемых клиентам учреждений гостеприимства. Дополнительные услуги – непременная составляющая деятельности любой гостиницы. В настоящее время фитнес-услуги входят в десятку наиболее востребованных услуг в Российской Федерации

Таким образом, постоянное повышение уровня сервиса, работа над гостиничным продуктом на конкретном гостиничном предприятии, мониторинг инноваций и внедрение их в работу автоматически повлияет на повышение продаж всего объема гостиничных услуг. Основными рекомендациями к продаже гостиничных услуг в парк-отеле «Березка» являются: формирование широкой гаммы тарифов, программ лояльности и системы скидок для постоянных клиентов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные правовые акты

1 Федеральный закон от 24.11.1996 № 132–ФЗ Об основах туристской деятельности в Российской Федерации (ред. от 28.05.2022) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2022. − № 148–ФЗ.

2 Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1 О защите прав потребителей (ред. от 5.12.2022) // Собрание законодательства Российской Федерации – 2022. – № 478 – ФЗ.

3 ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения : дата введения 01.01.2014 / Федеральное агентство по техническому регулированию. – Изд. официальное. – Москва : Издательствово стандартов, 2014. – 8 с.

4 ГОСТ Р 56780-2015. Услуги средств размещения. Бизнес-услуги. Общие требования : Введен 1.10.2016. – Москва : Изд-во стандартов, 2020. – 12 с.

5 Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 N 1853 (ред. от 01.04.2021) "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации".

6 Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1860 "Об утверждении Положения о классификации гостиниц".

Специальная литература

7 Кобяк, М.В. Особенности управления маркетингом и продажами в сфере гостеприимства и туризма / М.В. Кобяк, Е.Н. Валединская, Е.Л. Ильина, А.Н. Латкин // Экономика и бизнес. – 2017. – № 5. – С. 39 – 42.

8 Никитина, А.Ю. Классификация средств размещения в России / А.Ю. Никитина, О.Ю. Егорова, С.Г. Комарова // Экономика и бизнес. – 2017. – № 14. – С. 1 – 2.

9 Панкова, С.В. Понятие и классификация гостиничных услуг как объекта управленческого учета / С.В. Панкова, Г.А. Кубаткина // Экономика и бизнес. – 2015. – С. 90 – 94.

10 Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия : учебник для среднего профессионального образования / Т. Л. Тимохина. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 300 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-14985-2.

11 Фаустова, Н. В. Организация и специфика предоставления гостиничных услуг в гостиницах : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. В. Фаустова. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 188 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13958-7.

12 Чудновский, А. Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учебное пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. – 2-е изд., перераб.и доп. – Москва : Федеральное агентство по туризму, 2017. – 370 с. ISBN 978-5-4365-2255-5.

Электронные ресурсы

13 Парк-отель «Березка» – официальный сайт : [сайт]. – URL: https://berezka74.ru/ (дата обращения: 25.05.2023).

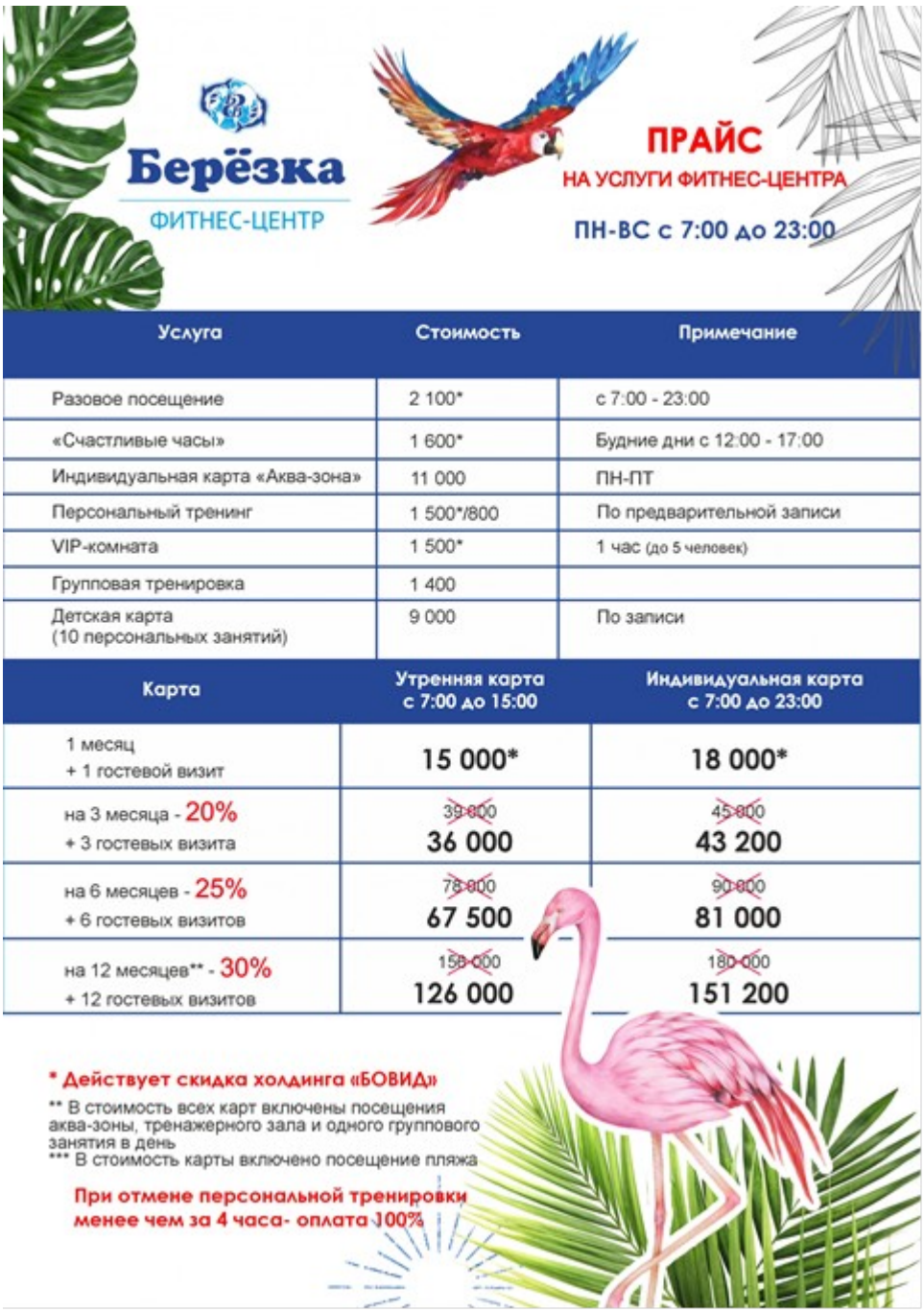
14 Финансовый анализ – сравнение с отраслевыми показателями : [сайт]. – URL: https://www.testfirm.ru/result/7451264986_ooo-otelstroy (дата обращения: 15.04.2023).

15 Hotel Report – портал для профессионалов гостиничного бизнеса :

[сайт]. – URL: https://hotel.report/ (дата обращения: 25.10.2022).

16 Hotelier.PRO – журнал для отельеров : [сайт]. – URL: https://hotelier.pro/ (дата обращения: 25.10.2022).

ПРИЛОЖЕНИЯ



Приложение А



Приложение Б