

УДК 338.46

Воробьева Елена Александровна
аспирантка, преподаватель кафедры
сервиса и экономики сферы услуг
Института пищевых технологий и
дизайна – филиала Нижегородского
государственного инженерно-
экономического университета
guzanova.lena2010@yandex.ru

Elena A.Vorob'eva
graduate student, lecturer at the Department
of service and economy in the service sector,
Institute of Food Technologies and Design,
Nizhny Novgorod State Engineering and
Economic University branch
guzanova .lena2010@yandex.ru

Рынок гостиничных услуг и его особенности

The market of hotel services and its features

***Аннотация.** В данной статье говорится о рынке гостиничных услуг и его особенностях. Самым быстроразвивающимся и перспективным сектором экономики является сфера услуг. Расширяются культурные и деловые связи. Возникает необходимость размещения гостей в комфортабельных гостиницах нашей страны. Растет рынок гостиничных услуг в России. Главной задачей гостеприимства является обслуживание туристов в период их пребывания вне постоянного места жительства. Гостиничной услугой является деятельность предприятия по предоставлению потребителю номера и размещению гостя в нем для временного пребывания в гостинице, а также прочие услуги, которые связаны с обустройством и временным проживанием.*

Услуги гостиницы по многим характеристикам отличаются от услуг, предоставляемых другими заведениями. В данной статье мы предлагаем рассмотреть некоторые особенности гостиничных услуг.

***Ключевые слова:** услуги, рынок гостиничных услуг, гостиничный сервис, предприятия, клиенты, персонал, гостеприимство, гость, обслуживание, туристы.*

***Abstract.** This article refers to the hotel market and its features. The fastest growing and promising sector of the economy is the service sector. The cultural and business ties are expanding. It becomes necessary to accommodate guests in comfortable hotels of our country. The market of hotel services in Russia is growing. The main task of hospitality is serving tourists during their stay outside the residence.*

The activity of the company on provision of rooms to the consumer and accommodation him in the hotel for the temporary stay is a hotel service, as well as other services connected with the arrangement and temporary accommodation.

Hotel services in many ways differ from the services provided by other institutions. In this paper, we propose to consider some features of the hotel services.

Keywords: *services, market of hotel services, hotel services, businesses, customers, staff, hospitality and guest service, tourists.*

В настоящее время самым быстроразвивающимся и перспективным сектором экономики является сфера услуг. По своим функциональным характеристикам услуги делятся на социально-культурные и материальные.

Таблица 1.

услуги	функция услуг	виды услуг
материальные	Удовлетворить материально-бытовые потребности потребителя	Бытовые, транспортные, жилищно-коммунальные, услуги общественного питания
социально-культурные	Удовлетворить духовные, интеллектуальные потребности и поддержать нормальную жизнедеятельность потребителя.	Образовательные, медицинские, туристские и гостиничные услуги культуры

Сегодня значительно расширяются культурные и деловые связи России с другими странами. Это способствует увеличению количества как иностранных, так и отечественных туристов. В связи с этим возникает необходимость размещения гостей в комфортабельных гостиницах нашей страны.

Отсюда растет и рынок гостиничных услуг в России. Наглядно эту динамику можно проследить в таблице 2.

Таблица 2.

Гостиницы и аналогичные средства размещения [1].

годы	Число организаций	Их единовременная вместимость тыс.мест
1995	5504	426,1

2005	4812	404,4
2008	6774	498,4
2010	7866	529,6
2011	8416	571,2
2012	9316	617,8
2013	9855	676,8

Согласно данным федеральной службы государственной статистики, в Российской Федерации количество организаций, оказывающих гостиничные услуги, в 2012 году составило 9316. В следующем, 2013 году число организаций увеличилось на 539 единиц и составило 9855.

Таким образом, можно сделать вывод, что все большее число туристов становятся «потребителями» в индустрии гостеприимства.

Главной задачей гостеприимства является обслуживание туристов в период их пребывания вне постоянного места жительства.

В соответствии с государственным стандартом ГОСТ Р 51185-98 "Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования" дается определение гостиничных услуг. Услугами средств размещения – это «деятельность исполнителя по размещению туристов и оказанию гостиничных, специальных (лечебно-оздоровительных, санаторных, спортивных, туристских и др.) услуг» [2].

Гостиничной услугой является деятельность предприятия по предоставлению потребителю номера и размещению гостя в нем для временного пребывания в гостинице, а также прочие услуги, которые связаны с обустройством и временным проживанием.

Гостиничные услуги бывают основными и дополнительными.

Основные услуги включают в себя услуги гостиницы по проживанию и питанию. Они входят в цену номера и предоставляются потребителю в соответствии с заключенным договором.

К дополнительным услугам относятся те услуги, которые гости заказывают сами и оплачивают дополнительно согласно другому договору (примером могут служить услуги прачечной, сауны, автостоянки и др.).

Технологический процесс при оказании гостиничной услуги состоит из следующих элементов:

- встреча гостя по приезду в гостиницу;
- оформление документов, регистрация и размещение гостя;
- обслуживание в номере;
- предоставление услуг питания;
- удовлетворение культурных запросов, спортивное и оздоровительное обслуживание;
- оформление и проводы при отъезде гостя [3].

Все эти составляющие не несут клиенту ни материального, ни осязаемого, но именно эти элементы создают или чувство удовлетворенности, или досаду от бесполезно проведенного времени и траты денег.

Услуги не имеют законченной и готовой формы, они формируются в процессе обслуживания, при взаимодействии заказчика и исполнителя.

Производство и потребление услуги гостиницы протекают одновременно с того момента, как гость въезжает в гостиницу, и до момента его отъезда. На протяжении всего гостиничного периода клиент воспринимает гостиничные услуги как результат работы персонала всей гостиницы.

Услуги гостиницы по многим характеристикам отличаются от услуг, предоставляемых другими заведениями. В данной статье мы предлагаем рассмотреть некоторые особенности гостиничных услуг.

Первой особенностью услуг является неодновременность процесса производства и потребления. Например, уборку и подготовку номера производят не в том месте и не в то время, когда его продают, потому что заселение гостя происходит в зоне «ресепшен» только после того, как номер будет готов.

Неодновременность характерна и для услуг питания в гостинице: блюда готовят на кухне, и делают это до подачи их посетителю в зал. Если в первой части процесса присутствие клиента не обязательно, то вторая часть – целиком зависит от него. Такое разделение процессов является в гостинице необходимостью.

Другая особенность гостиничной услуги – это ее несохраняемость. Дело в том, что если готовые гостиничные услуги не проданы в определенное время, то теряется и не восполняется потенциальный доход. Одновременно с этим невозможно и превысить естественную вместимость номерного фонда при приеме заявок и заселении.

Еще одним отличием услуги гостиницы является срочный характер их оказания. Все проблемы, которые возникают при обслуживании клиента, должны моментально решаться. Это один из основных показателей при выборе гостем того или иного заведения.

Особенностью гостиничных услуг является и сезонный спрос. В разное время года колеблется различное количество клиентов, и это значительно влияет на уровень загруженности гостиницы.

Еще одна особенность услуги гостиницы состоит в том, что гость не имеет право собственности на товар, которым он пользуется.

Непосредственно в процессе производства услуг гостиницы участвует персонал. Заменить труд людей на автоматизированные машины при обслуживании гостей не представляется возможным. Поэтому возникает неоднородность и непостоянство качества обслуживания, связанная с человеческим фактором. Многие гостиницы вводят перечень обязательных правил для обслуживающего персонала, которые призваны гарантировать установленный уровень качества. Именно изменчивость качества услуги является главной причиной недовольства, которую высказывают клиенты в адрес гостиничного сервиса.

Таким образом, гостиничная услуга — это организация взаимодействия персонала гостиницы и гостя. Услуги гостиницы носят индивидуальный характер в каждом конкретном случае. Поэтому продажа этих услуг—

специфическая сфера, и для того, чтобы гостиничный бизнес был успешным, нужно учитывать многие особенности, характерные для него.

Литература:

1. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru>

2. ГОСТ Р 51185-98 "Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования".

3. Панкова С.В., Кубаткина Г.А «Понятие и классификация гостиничных услуг как объекта управленческого учета», научная статья. Журнал «Вестник» Оренбургского государственного университета.

4. Тимошенко З.И., Мунин Г.Б., Дышлевой В.П. «Маркетинг гостинично-ресторанного бизнеса» 2011-2015 tourism-book.com.

5. Носов И.В. «Состояние и особенности развития рынка гостиничных услуг в России».

References.

1. Federal public statistics service. URL: <http://www.gks.ru>

2. GOST R 51185-98. Tourist services. Accommodation facilities. General requirements.

3. Pankova S.V., Kubatkina G.A. Definition and classification of hotel services as an object of management accounting : scientific article // Bulletin of Orenburg State University.

4. Timoshenko Z.I., Munin G.B., Dyshlevoi V.P. Hospitality Marketing. 2011-2015 tourism-book.com.

5. Nosov I.V. The state and features of development of the hospitality market in Russia.