

Т.Д. Гришина
Научный руководитель: д.т.н., профессор Л.И. Шулятьева
Муромский институт Владимирского государственного университета
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, д. 23
E-mail: *tatiana.grischina2013@yandex.ru*

Новая услуга в гостиничном бизнесе

В настоящее время за последние десятилетия постоянно растет интерес к индустрии гостеприимства. Предоставление услуг в области гостиничного бизнеса как связанных элементов инфраструктуры обслуживания в настоящее время является одной из интенсивно развивающихся сфер бизнес-деятельности.

С постепенным развитием цивилизационных рыночных отношений, с увеличением и расширением сферы производства постоянно увеличиваются потребности в гостиничных услугах и сопутствующем сервисе. В тоже время увеличивается число и сложность проблем, которые гостиничным предприятиям необходимо уметь правильно решать для того, чтобы избежать негативных последствий и добиться поставленных целей.

В современных условиях гостиницы, прежде всего удовлетворение потребностей гостей и туристов, а уже затем повышение своей доходности. Гостиничные комплексы являются важнейшим элементом социальной сферы, играющим большую роль в повышении эффективности общественного производства и соответственно росте жизненного уровня населения. При этом каждый сотрудник гостиницы должен не только принимать участие в привлечение гостей, выяснении их пожеланий, но и делать все необходимое, чтобы превзойти их ожидания.

При организации гостиничного бизнеса следует опираться на следующие положения:

- сервис есть такое обслуживание, которое приносит удовлетворение, как гостю, так и обслуживающему персоналу гостиничного комплекса;
- гость (турист) – важнейшая фигура гостиничного бизнеса; не он зависит от комплекса, а комплекс зависит от него;
- гость (турист) не помеха, а цель и смысл работы гостиничного комплекса; именно он делает одолжение комплексу, позволяя себя обслуживать;
- гость (турист) – составная часть гостиничного комплекса;
- задача комплекса – выполнить желания гостя с пользой для него и с выгодой для себя.

Актуальность создания новых и качественных услуг в гостиничном бизнесе, удовлетворяющих потребности соответствующих ниш на данном рынке определяется тем, что расширяются потребительские запросы населения к туристским услугам. Кроме того, расширение спектра услуг новых услуг повышает конкурентоспособность туристского продукта, а, следовательно, фирмы. В соответствии с этим можно определить, что услуга понимается как результат собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности клиента. Интенсивный рост спроса на услуги гостиничного обслуживания делает эту область привлекательной для предпринимательской деятельности.

За последние десятилетия ничто так не повысило профессионализм и производительность предприятий и организаций индустрии гостеприимства, как:

- внедрение новых компьютерных технологий, которые в корне изменили способ ведения гостиничного бизнеса, позволили владельцам предприятий разрешить ряд проблем и создали массу удобств клиентам – получение достоверной управленческой информации о работе всего гостиничного комплекса в целом и его каждого подразделения в отдельности;
- оптимизация бизнес-процессов;
- снижение бумажного документооборота;
- повышение эффективности контроля за деятельностью гостиничных служб и персонала;
- оптимизация операционных затрат.

С точки зрения здравого смысла о каком-либо гостеприимстве не может быть и речи без удовлетворения первичных потребностей человека – потребностей в питании, отдыхе и сне. Девиз любой гостиницы должен звучать следующим образом: «Каждый гость – самый главный гость для гостиницы», самый важный и самый желанный независимо от того, какой номер он занял, какой услугой воспользовался.

Секция 14. Менеджмент и маркетинг

1. Браймер Б.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Пер. с англ. М.: Аспект-Пресс, 1995. – 164 с.
2. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: Учебное пособие. – Киев: ВИРА-Р, 2001. – 374 с.