

УДК 339.13

## **КОМФОРТ КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

В.В. Даньшина, студент гр. Сб-121, IV курс  
Научный руководитель: Л.Л. Закамская, доцент, к.т.н., доцент  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т.Ф. Горбачева  
г. Кемерово

На сегодняшний день история развития туризма показывает, что основная роль предприятий, входящих в туристическую индустрию, не изменилась. Гостей по-прежнему нужно встретить, накормить, напоить да спать уложить. Однако со временем знаменитого сказочного Иванушки существенно увеличился уровень комфорта, возросло количество услуг. [1]

Систематизировать понятие «комфорт» не так то просто. Это нечто субъективное, не поддающееся описанию, разноплановое. Однако делать это можно и нужно для того, чтобы построить эффективную систему управления качеством на предприятии гостеприимства, решать вопросы создания комфортных (качественных) услуг. Именно систематизация понятия «комфорт» дает возможность ближе подойти к пониманию того, что за свойства и характеристики и как сделать так, чтобы они в полной мере удовлетворяли потребности гостей.

Актуальность создания комфорта обуславливается необходимостью в повышении уровня обслуживания и эффективности производства гостиничных услуг. В настоящее время наличие той или иной техники удобно не только клиентам, но и отелю, делая его более конкурентоспособным. Для гостей очень важно, чтобы на всей территории был беспроводной интернет, номера были оснащены зарядными устройствами и все было под рукой. К сожалению, не все отели подвержены модернизации, существуют и те, которые до сих пор ведут бумажную документацию и пользуются старыми технологиями. Но постепенно все больше отелей перенимают современное техническое оснащение, призванное сделать работу максимально четкой, а отдых постояльцев – комфортабельным и приятным.

Международное понятие комфорта в отеле – это качество постели, звукоизоляция, гигиена, удобства и размер номера, мебель, качество туалета и ванной (особое внимание уделяется сантехническому оборудованию), постоянное улучшение и обновление оборудования и мебели, хорошо организованное зеленое пространство вокруг отеля. [2]

Схематично весь комплекс составляющих понятия комфорта представлен на рисунке 1:



Рисунок 1. Составляющие комфорта

Информационный комфорт.

Внешний и внутренний.

Внешний – информация все отеля, дающая представление о гостиничном предприятии до его посещения.

Внутренний – информация, помогающая гостю ориентироваться в отеле.

- Информационный персонал, готовый ответить на любой вопрос гостя, не только об отеле, но и о городе и стране пребывания.

- Система указателей и пиктограмм (специальных значков), призванная помочь гостю ориентироваться в стенах отеля, не зная языка. Важно, чтобы пиктограммы были хорошо узнаваемыми, соответствовали международной системе стандартов, признанной во всем мире. А указатели должны быть расположены в необходимых местах и информативными.

- Папка гостя в номере – один из лучших помощников в деле информирования гостя. Важно:

- Постоянно контролировать качество информации в папке и своевременно обновлять ее,

- Изучать потребности гостя в получении необходимой информации и в соответствии с этим пополнять папку,

- Изучать выгодность предоставления дополнительных услуг для отеля и в соответствии с этим формировать папку.

Экономический комфорт – удобство проведения расчетов для гостя, система дисконтов, бонусов, клубных карт и др. меры, призванные мотивировать гостя в выборе средства размещения повторно, что и является основой создания так называемого «возвратного бизнеса».

Эстетический комфорт. При оформлении помещений с целью повышения конкурентоспособности предприятия необходимо руководствоваться следующими положениями:

- Все помещения должны быть выполнены в едином стиле и соответствовать направленности предприятия;
- Материалы, используемые для оформления должны соответствовать стандартам безопасности и гигиены, и иметь соответствующие сертификаты;
- Материалы должны быть долговечны в использовании, износостойкими;
- Цветовая гамма не должна раздражать гостя;
- Цвета желательно должны распределяться как в природе от темного (внизу) к светлому (вверху);
- Дизайнерская концепция должна по возможности способствовать повышению уровня продаж.

Бытовой комфорт подразумевает удобство мебели для гостя, создания нормальных условий для жизни (оптимальная температура, влажность воздуха, атмосферное давление), удобство пользования техникой в гостинице и т.п.

Важно учитывать эргономичность проживания и эргономичность обслуживания.

Комфорт безопасности. Понятие «безопасность» многогранное понятие. Можно выделить следующие направления деятельности по обеспечению комфорта безопасности в отеле:

- Безопасность здоровья и жизни гостя,
- Финансовых средств
- Материальных ценностей,
- Коммерческая безопасность,
- Экологическая безопасность,
- Безопасность персонала в целом,
- Информационная безопасность.

Основные условия создания комфорта безопасности: совершенство материальной базы и внутренней инфраструктуры, совершенство и надежность функционирования технических систем.

Психологический комфорт. С одной стороны, понятие психологического комфорта охватывает все перечисленные выше параметры комфорта, т.к. при отсутствии хотя бы одной из перечисленных составляющих настроение гостя будет испорчено, однако есть и специфические требования, выполнение которых гарантирует нормальное психологическое состояние гостя. Эти требования относятся к области гуманитарных технологий, а выполнение их целиком зависит от персонала. [3]

Это принципы уважения и гостеприимства по отношению к гостю. В рамках создания психологического комфорта проводится специальная политика обучения и даже в некоторой степени воспитания персонала. Персонал должен понять, что относиться к гостю с пренебрежением просто невыгодно, и делать все, чтобы гость вернулся в отель еще раз.

Недавно открывшаяся гостиница «Олимп - Плаза» соответствует всем требованиям комфорта. Она расположена в центре города Кемерово по адре-

су улица Рукавишникова 20, в 500 метрах от железнодорожного вокзала. К услугам гостей бесплатный Wi-Fi, охраняемая парковка, круглосуточная стойка регистрации. Номера оснащены кондиционером, телевизором, сейфом, письменным столом, что очень важно для гостей, которые приезжают в командировку, мини бар, кресло-кровать, душевая кабина, индивидуальный набор косметики. В отеле есть ряд дополнительных услуг: room-service, аренда конференц-залов, заказ трансфера, wake-up call, тариф полупансион и полный пансион. К услугам современный фитнес-центр, оборудованный новыми тренажерами. Гости могут в любое удобное для них время позаниматься. Расчет в гостинице проходит как за наличный, так и безналичный расчет, что очень удобно. Так же гости могут оплатить проживание дистанционно. На территории отеля есть все указатели для того чтобы гость мог легко ориентироваться на новом месте.

В настоящее время в России все больше внимания уделяется вопросам обеспечения качества предоставляемых услуг. Качество - важнейший фактор в конкурентной борьбе на рынке гостеприимства, которая выражается не столько в конкуренции между предприятиями, сколько в конкуренции их профессионализма. Происходит жесткая сегментация рынка, конкуренция разворачивается внутри каждого сегмента, ниши. В то же время потребитель гостиничных услуг становится все более информированным в области своих прав, а побывав в различных странах и увидев своими глазами, уровень качества за рубежом, предъявляет повышенные требования к качеству услуг российского гостеприимства.

#### **Список литературы:**

1. Все о туризме. Туристическая библиотека [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://tourlib.net>
2. Викикак – совместное решение вопросов [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://life-prog.ru>
3. Гостиничный оператор [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.accordmg.ru>