

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ПОВОЛЖСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ  
АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»

ФАКУЛЬТЕТ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

КАФЕДРА СЕРВИСА И ТУРИЗМА

## КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

по дисциплине «Управление деятельностью гостиничных организаций»  
ПРОЕКТ ПО ВНЕДРЕНИЮ В ГОСТИНИЧНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ  
СПЕЦИАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «МАМА И МАЛЫШ»

Работу выполнил студент 3 курса  
4341 группы  
Наумова К.И.

Научные руководители  
д.э.н., профессор А.В.Павлова  
к.э.н., доцент Л.С.Петрик

Дата сдачи

---

Дата защиты

---

Оценка

---

Казань, 2017

## Содержание

Введение .....	3
1. Теоретические аспекты программы «Мама и Малыш» в гостиничном предприятии для привлечения лиц с детьми .....	5
1.1 Сущность, характеристика программы «Мама и Малыш» .....	5
1.2 Содержание программы «Мама и Малыш», особенности, преимущества, недостатки .....	8
1.3 Принцип размещения и особенности обслуживания семей с детьми в отеле .....	12
2. Анализ деятельности проекта по внедрения программы «Мама и Малыш» в отель «Park Inn» .....	17
2.1 Общая характеристика отеля «Park Inn» .....	17
2.2 Оценка предполагаемых результатов в реализации программы «Мама и Малыш» .....	21
2.3 Экономические затраты на реализацию проекта «Мама и Малыш» .....	27
Заключение .....	31
Список использованной литературы .....	34

## Введение

Настоящее время можно назвать, как время социальных и экономических перемен, затрагивающие все сферы деятельности, в частности индустрию гостеприимства. Среди всех факторов, оказывающих влияние на сферу услуг, следует выделить такие факторы, как стремительный прогресс индустрии гостеприимства и непрерывный рост количества потребителей услуг. Так же на развитие индустрии гостеприимства оказывает своё влияние нестабильная экономическая и политическая обстановка.

Индустрия гостеприимства самое крупное и быстро развивающаяся направление бизнеса во всем современном мире. Она включает в себя разнообразные сферы деятельности, например, такие, как гостиничный и ресторанный бизнес, туризм, отдых, различные развлечения и т.д. Каждое предприятие гостеприимства стремится к успеху, а если предприятие рассчитывает на рыночный успех, то оно должно стремиться к разработке гостиничного продукта, который будет востребован среди потребителей [7, с. 5].

Гостиничный бизнес, уже с полной уверенностью, можно назвать неотъемлемой частью индустрии гостеприимства. Гостиничный продукт предприятия, обязан начинать свой список предоставляемых услуг клиенту с услуги его размещения. Конечно же, каждый владелец предприятий гостеприимства стремится к тому, чтобы в его гостиницы номерной фонд имел хорошую заполняемость, а все затраты, которые ушли на создание гостиничного продукта возместили вложенный капитал и принесли хозяину желаемую прибыль. К этому стремится абсолютно каждая гостиница. Такое стремление вызывает необходимость возникновения индивидуального подхода к созданию гостиничного продукта, а так же к формированию продуктовой стратегии. Каждая продуктовая стратегия имеет свою особенность, благодаря которой, будет возможно отличить одно гостиничное предприятие от другого, качество обслуживания гостей одного предприятия

от другого, а также можно будет различить стандартный пакет услуг одной гостиницы от другой. Создание качественного, привлекательного продукта - залог успешной деятельности любого предприятия сферы гостеприимства.

Таким образом, данная тема является актуальной в современном обществе.

Цель: разработка проекта по внедрению в гостиничное предприятие специальной программы «Мама и малыш».

Задачи:

1) изучить теоретические аспекты программы «Мама и малыш» в гостиничном предприятии для привлечения лиц с детьми;

2) проведение анализа деятельности проекта по внедрения программы «Мама и малыш» в отель «Park Inn».

Объектом является отель «Park Inn» города Казани.

Предметом исследования является изучение внедрения в гостиничное предприятие специальной программы «Мама и малыш».

В процессе написания данной работы использовались материалы авторов, изучающих проблему формирования продуктовой стратегии и гостиничное дело в целом, среди которых: Д.И. Елканова, Л.В. Баумгартен, Е.А. Джанджугазова и др.

Работа состоит из введения, 2 глав, заключения и списка использованных источников и литературы.

Во введении обоснована актуальность данного исследования, также поставлены цель и задачи.

В первой главе мы рассматриваем теоретические аспекты программы «Мама и Малыш» для привлечения лиц с детьми.

Во второй главе проводим анализ деятельности проекта по внедрению программы «Мама и Малыш» в отель «Park Inn».

В заключении сделаны основные выводы по результатам исследования.

Объём работы - страниц 36.

Количество использованных источников - 30.

# **1. Теоретические аспекты программы «Мама и Малыш» в гостиничном предприятии для привлечения лиц с детьми**

## **1.1 Сущность, характеристика программы «Мама и Малыш»**

Гостиничный продукт - результат деятельности гостиничного предприятия, предлагаемый потребителям, и который создан для удовлетворения их нужд и потребностей. Продуктом предприятия является товар или услуга, различия между которыми трудно провести, потому что любой товар зачастую сопровождается предоставлением разнообразных услуг. Услуга - это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности клиента. В свою очередь гостиничная услуга - это та услуга, которая предоставляется гостиницей. [1, с. 9].

Рынок предприятий гостиничной индустрии - это совокупность всех предприятий, которые работают в данной сфере. Исследования рынка гостиничных услуг нужно для выявления потенциальных потребителей, конкурентов, посредников. Поэтому чтобы в гостиницу вводить новую программу обязательно необходимо исследовать рынок гостиничных услуг.

Рынок гостиничных услуг можно определить, как общественно-экономическое явления, которое объединяет спрос и предложение для обеспечения купли-продажи гостиничных продуктов и услуг в определенное время и в определенном месте [4, с. 47].

Важным моментом в работе предприятия гостеприимства является разработка новых идей продукта, а также его проверка. Руководителям и сотрудникам нужно четко различать идею гостиничного продукта и его замысел. Идея продукта - это общее суждение о потенциальном гостиничном товаре, который предприятие может выпустить на рынок. Замысел продукта - это созданная версия идеи, сформулированная важными для клиента представлениями [2, с. 155].

В последнее время многие туристы не представляют своего отпуска без своих детей. Заметив данную потребность, руководители гостиничного бизнеса начали все больше и больше улучшать уровень обслуживания для детей в отеле. Их проживание во многих гостиницах мира теперь обуславливается целым комплексом услуг (как бесплатных так и за дополнительную плату).

Компания Vision holidays для комфортного отдыха семей с детьми разработала специальную программу, в рамках которой мы позаботились обо всех вопросах и трудностях, с которыми сталкиваются мамы на отдыхе с детьми.

В настоящее время большое количество семей ездят на курорты, познавательные экскурсии или по другим причинам в другие города и страны со своими маленькими детьми. Поэтому целесообразно стало внедрять в отели проект «Мама и Малыш». На данный момент всего 15 отелей мира участвуют в этом проекте. Но вот в России пока еще нет отелей, которые внедрились в свой отель программу «Мама и Малыш». И наша цель внедрить в отель «Park Inn» в городе Казани данную программу.

Отели Греции давно имеют репутацию идеального места для отдыха с детьми. Но некоторые из них решили пойти еще дальше и объединили свои усилия, предложив специально для российского рынка программу «Мама и Малыш».

Проект «Мама и Малыш» - это программа по обеспечению максимально комфортного отдыха семьям с маленькими детьми. Программа распространяется на детей от нуля до четырех лет, и в настоящий момент услуги по этой программе предлагают несколько отелей. Они расположены в Халкидиках, на Крите, Косе и на Корфу. Это такие отели, как пятерки «Aldemar Knossos Royal», «Apollonia Beach Resort & Spa», «Pilot Beach Resort» и четверки «Nana Beach» и «High Beach» на Крите, «Sani Beach Hotel», «Sani Beach Club» и «Simantro Beach» в Халкидиках, «Mitsis Roda Beach» на Корфу и «Marmari Beach» на Косе.

Все вышеперечисленные отели имеют песчаные пляжи с пологим входом в море, зеленую территорию без подъемов и ступенек. Семьям с малышами отели предоставляют в номер много различных услуг и принадлежностей таких как детская кроватка, подогреватель детского питания, baby phone, микроволновку, стерилизатор для бутылочек, сушилку для белья, детскую ванночку и дополнительные полотенца, и многое другое. Полный список услуг по каждому отелю можно уточнять у турагента или у самого отеля. На территории таких отелей всегда есть возможность купить подгузники и детское питание, взять в аренду коляску, а также в ресторане приготовят кашу или пюре. Обязательно имеется детская площадка, часто укрытая тентом, с большим количеством игрушек. Чаще всего семьям с малышами предоставляют номер на первом этаже.

«Мама и Малыш» - это специальный проект в туризме, посвященный отдыху семей с маленькими детьми. В данном проекте можно найти не только полезную информацию для семьи (с какого возраста можно отправляться в путешествие с крохой, и что необходимо взять с собой), но и можно подобрать отель, предоставляющий всё необходимое для комфортного пребывания мамы и ее малыша. В проекте имеются baby-friendly путешествий и всего, что с ними связано: baby-friendly отелей, baby-friendly - стран, baby-friendly экскурсий и другие! Это создано для того чтобы маленькие дети увидели мир во всех его красках. В целом, проект ориентирован на семьи с детьми от 0 до 4-х лет [23].

Но также необходимо помнить, что услуги гостиниц считаются «скоропортящимся» продуктом. Непроданный номер по программе «Мама и Малыш» в гостинице лишает организацию той прибыли, на которую она рассчитывала сначала. При этом также не в полной мере используются производственные возможности, что сказывается на эффективности работы гостиницы. Для повышения эффективности деятельности данной программы, особенно в межсезонье, отель должен иметь тщательно продуманные маркетинговые программы, которые направлены на гибкое использование ценовой политики, методов продвижения гостиничного продукта на рынок,

состава работников, выбираемых рыночных сегментов для обслуживания и т.д. [1, с. 18].

Таким образом, проект «Мама и малыш» представляет собой комплексную программу, которая поможет обеспечить максимально комфортный отдых семьям с маленькими детьми. Данная программа распространяется на детей от нуля до четырех лет.

## **1.2 Содержание программы «Мама и Малыш», особенности, преимущества, недостатки**

Термин «новый продукт» в маркетинге имеет определенную глубину. Слово «новый» всегда необходимо рассматривать по отношению к некоторому объекту в системе «потребность - потребитель - продукт - рынок» [6, с. 173].

Семейный отдых с детьми является одним из самых востребованных и активно продвигаемых направлений, несмотря на сезонный спрос и другие характерные особенности. Поэтому многие семьи ездят в другие города и страны (независимо от цели поездки) со своими детьми, им нужно специально оборудованные номера, дополнительные услуги, питание, развлечения которые подходят для их детей. Для этого создана специальная программа «Мама и Малыш», которая поможет это реализовать. Отели которые участвуют в проекте «Мама и Малыш» имеют специальное поле в описании, где подробно указано то, что предоставляет отель своим клиентам с маленькими детьми.

В номерах где будут проживать семьи с маленькими детьми обязательно должно быть:

- детская кроватка с клеёнкой,
- москитная сетка (по запросу),
- чайно-кофейный набор или бойлер для кипячения воды,
- стерилизатор для детских бутылочек,



- микроволновая печь,
  - детский горшок,
  - радио-няня (платно),
  - большее количество полотенец,
  - ванночку для купания,
  - детская коляска (которая может предоставляться как бесплатно, так и за дополнительную плату),
- сушилка для детских вещей на балконе или в номере (бесплатно, по запросу) [18].

В ресторане для клиентов помимо основного меню предоставляют детское меню, и все необходимые принадлежности для кормления малыша (например каши, смеси молоко, разные виды пюре, а также молочные продукты). Также помимо продуктов в ресторане семьям с малышами предлагаются детские стульчики, небьющуюся посуду для детей, имеется возможность подогрева детского питания (в микроволновой печи или попросить официанта помочь).

Услуги которые предоставляются в отеле:

- аренда детской коляски (бесплатно или за дополнительную плату),
- услуги няни и радио-няня,
- услуги доктора 24 ч,
- игровая площадка для детей на территории отеля,
- различные виды игрушек,
- стирка детского белья в прачечной (противоаллергенным детским порошком) [20].

Участники внедрившие проект «Мама и малыш» в свой отель, имеют пологую территорию (нет лестниц, подъёмов, по необходимости есть пандусы для колясок, удобный и просторный лифт который вместит в себя даже большую коляску) для долгих и не утомительных прогулок с малышом, песчаный пляж с постепенным входом в море или недалеко от отеля расположен парк с чистым и свежим воздухом для прогулок с детьми [21].

Это программа позаботилась о том, чтобы мама больше отдыхала на отдыхе в месте со своим ребенком, а не занималась хозяйственными хлопотами. В программе проекта «Мама и Малыш» также имеется насыщенное содержание оздоровительной программы. Для маленьких детей в отеле будет предоставляться детский массаж, который будет делать специально обученный человек. А пока ребенку будут делать массаж, мама может воспользоваться SPA-процедурами. В отелях с данной программой ежедневно работает большая игровая комната - любимое место для детей. В игровой комнате с детьми будут заниматься опытные воспитатели и веселые аниматоры, которые помогут сделать день вашего малыша интересным и незабываемым.

Также в этой программе очень важно местонахождение отеля, необходимо чтобы отель находился в нескольких минутах езды от главных достопримечательностей города, магазинов, ресторанов, банков и т.д. Если все-таки отель с неудачным месторасположением, то гостинице необходимо ввести бесплатный отельный трансфер для семей с детьми к ближайшим достопримечательностям. Но также если у гостиничного предприятия нет возможности организовать данный вид трансфера, нужно позаботиться о том, чтобы на сайте отеля была карта с описанием ближайших популярных объектов с рекомендуемыми маршрутами и возможными способами как к ним добраться.

Обязательно в гостинице должен быть приветливый и услужливый персонал. Очень часто успех гостиничного бизнеса зависит от персонала, а не от предлагаемых услуг и удобств. Клиенты, которые путешествуют семьей, обращают внимание на услужливый персонал у стойки регистрации и готовность быстро оформить заезд, если они приехали поздно и с уставшими детьми. Особый восторг родителей и детей, вызывает отдельная «детская» регистрация маленьких гостей и игрушка в подарок от отеля при поселении.

Безопасность очень важна в любом отеле, но когда в отель заезжают гости с маленькими детьми она должна быть под тройным контролем.

Родителей необходимо предупредить о мерах безопасности в лифте, на лестницах, в ресторане и т.д. Дети в отеле ни в коем случае не должны оставаться без присмотра. Присутствие детей предполагает повышенные требования к качеству уборки территории отеля - если ребенок поранится битым стеклом, это может принести серьезные неприятности гостинице. Отель должен быть готов на протяжении всех 24 часов оказать в случае необходимости первую медицинскую помощь и предоставить, по просьбе родителей, услуги педиатра. Нужно также помнить, что дети грудного возраста представляют особую группу риска. В соответствии с приоритетами здоровья клиентов, курение не допускается на всей территории гостиничного комплекса.

Также чтобы предотвратить лишний стресс и сделать отдых родителей с детьми максимально комфортным, программа будет предлагать онлайн сообщество, в котором путешественники будут делиться своими советами и секретами семейных поездок.

Особенностями проекта "Мама и малыш" в гостиничном предприятии «Park Inn» является:

- проект поможет привлечь не только бизнес клиентов и туристов, но и гостей которые путешествуют со своими маленькими детьми;
- семьям приехавшим с детьми в отель, будет оказана помощь (например в ресторане будет предоставляться специальное питание, в отеле будут воспитатели, врачи и все что необходимо для детей в этом возрасте);
- повысится конкурентоспособность на рынке гостиничных услуг.

Недостатками проекта будет являться:

- большие затраты на покупку оборудования, инвентаря, привлечение дополнительного персонала и т.д.;
- есть небольшой риск что данная программа не приживётся в отеле и не сможет приносить прибыль.

Таким образом, программа «Мама и Малыш» имеет ряд преимуществ, которые помогут повысить конкурентоспособность на рынке гостиничных

услуг в отеле «Park Inn», но не стоит забывать и про недостатки, их по возможности нужно уметь сводить к минимуму.

### **1.3 Принцип размещения и особенности обслуживания семей с детьми в отеле**

Менеджмент обслуживания направлен на выполнение основной производственной задачи гостиниц - качественное предоставление гостиничных услуг. Это требует выполнения всех специфических требований, диктуемых потребностями рынка и безопасностью клиентов. Любое гостиничное предприятие разрабатывает свою стратегию обслуживания - это план действий, который определяет, как оно будет конкурировать на рынке гостиничных услуг.

Стратегия обслуживания - это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических целей в обслуживании, достижение которых служит формированию положительного имиджа гостиницы, постоянной клиентуры и устойчивой финансовой позиции на рынке. Стратегическими направлениями в обслуживании клиентов являются и такие, как качество и культура обслуживания, информированность и насыщенность программ, ненавязчивость сервиса [3, с. 87].

Если семья с маленькими детьми выезжают из дома, то для их комфортного существования есть два основных требования: должен быть мягкий климат, а также подготовленные условия для грудных детей, чтобы было где пеленать ребенка, где укладывать спать, где готовить еду [11, с. 24]. Самое главное для ребенка - это питание. Чаще всего родители начинают ездить с ребенком в другие города и страны после года, но конечно бывают и родители-экстремалы которые выезжают из дома грудным ребенком. И конечно же именно в этом возрасте острее других стоят проблемы питания и акклиматизации детей. Очень важно, что бы гостиница, предоставляющая услуги отдыха для семей с маленькими детьми, полностью обеспечивала все

виды питания необходимые ребенку от 1 года до 4 лет, в том числе и комплект диетических блюд для малышей (различные смеси, каши, овощные и фруктовые пюре и т.д.).

В номерном фонде гостиницы, которая принимает семей с детьми, необходимо предусматривать семейные номера-студии. Семейный номер-студия организован для самого комфортабельного отдыха и проживания. Такие номера, как правило, оснащены: двуспальной кроватью, телевизором, телефоном, холодильником, кондиционером, посудой, санузлом, водонагревателем, ванной и душевой кабиной и т.д.

При необходимости в номере размещается кровать для ребенка. При этом ребенок до 3 лет проживает бесплатно, за проживание от 4 до 5 лет придется заплатить лишь 50% стоимости дополнительного размещения. Обязательным элементом в гостинице с программой «Мама и Малыш» должны быть игровые комнаты для детей. Просторная комната для игр с современным, ярким оборудованием, специальной детской мебелью, мягкими игровыми модулями [5, с. 60].

При таких комнатах в отеле должны работать квалифицированные воспитатели, которые будут проводить с детьми различные игры, будут проводить различные праздники и утренники для детей с привлечением сказочных героев. Также лучше всего чтобы на территории гостиницы было место для детского отдыха. Это может быть детская игровая площадка, с горками и песочницами. Обязательно в гостинице, в которой имеются номера для семей с маленькими детьми, должен находиться медицинский персонал. А трансфер предоставляющийся в гостинице, должен предусматривать детские сиденья.

Услуги для детей могут быть самыми разнообразными. Они зависят от возрастной категории маленьких гостей, их потребностей, а также от отеля, в котором хотят поселиться путешественники с детьми. Чем выше категория выбранного отеля, тем разнообразен будет набор услуг.

Для отдыха с маленькими детьми нужно выбирать, прежде всего, курорты с недлительным перелетом. В летнее время это, в первую очередь, курорты России. Отдых с детьми зимой отличается сложным выбором места для отдыха. Для отдыха с совсем маленькими детьми, а также с детьми, которые часто болеют, плохо реагируют на смену климата и питания, не стоит выбирать очень холодные места отдыха.

Чаще всего целью поездки в Казань будет являться «просто погулять по красивому городу» - это наиболее привлекательна для молодых семей с детишками «колясочного» возраста. Поэтому необходимо внедрить программу «Мама и Малыш» в отель Казани. В последнее время многие семейные пары не представляют своего отпуска или иных поездок без детей. Отметив эту тенденцию, гостиничные объекты начали постепенно все больше и больше совершенствовать уровень своего обслуживания для детей [18].

Прежде чем заселится в гостиницу обязательно необходимо узнать о всех услугах которые предоставляет отель. Размещение детей происходит при наличии свидетельства о рождении. Если клиенты захотят привести свою кроватку или стульчик, то им нужно заранее связаться с отелем и прояснить данную ситуацию. Если кормление малыша совершается молочной смесью или сцеженным молоком, то нужно убедиться в том, что в гостинице предлагается все то, что нужно для стерилизации бутылочек и разогревания питания для маленьких детей. Обычно пребывание маленьких детей до 3 лет бесплатно в том случае, если спят они в детской кроватке. Но если дети спят в обычной кровати, то с них взывается половина платы.

Отдых с маленьким ребенком - это без сомнения тяжелый труд. Однако, если семьи с детьми останутся в отеле, где есть все самое необходимое для семейного отдыха, то несомненно у них появится неплохая возможность хоть немного расслабиться.

Итак, (ch) - это установленное в бизнесе гостеприимства обозначение ребенка.

Бывают несколько видов номеров для проживания с детьми.

SNGL+Chld, взрослый с ребенком - это стандартный двухместный номер, в который можно поместить детскую кроватку. Допустимо также и поселение одноместный номер с дополнительной детской кроваткой.

SNGL+2Chld, взрослый с двумя детьми - это стандартный двухместный номер с дополнительными детскими кроватками.

DBL+Chld, два взрослых с ребенком - это стандартный двухместный номер, где ребенка можно разместить на дополнительной кровати, диване или же в кровати со взрослыми.

DBL+2Chld, два взрослых с двумя детьми - это такой тип размещения в отеле, где приезжающие могут получить двухместный номер, где дети устраиваются на дополнительной кровати или на раскладной кровати.

TRPL+Chld, три взрослых с ребенком - также имеются и такие типы заселения в отелях, где путешественникам могут предложить размещение в двухместном номере или номере с двумя комнатами. Взрослые располагаются на обычных, а ребенку возможно предоставление дополнительной детской кровати или раскладного дивана. Еще допустим вариант заселения без кровати, когда ребенок может разместиться со взрослыми.

Отдыхающие, путешествуют с детьми, обязаны знать, что принцип оплаты номера, к примеру, с двух взрослых и с трех взрослых и одного ребенка, отличается. Оттого и другой тип размещения в систематизации. Принято распределять детей по возрасту: CH (child) - ребенок от шести до двенадцати - пятнадцати лет, иными словами - «большое дитя», ch - ребенок от двух до шести лет, то есть «маленькое дитя» и inf (infant) - ребенок до двух лет.

Существует международная классификация детей в индустрии гостеприимства:

- INF (infant) - это ребенок от 0 до 3-х лет.

- CHD (child) - это ребенок, от 3 до 12 лет, но в некоторых отелях и до 15-18 лет.

- SNGL + INF - один взрослый и ребенок от 0 до 3-х лет.

- SNGL + CHD - размещение одного взрослого, и ребенка 3-12 лет.
- DBL + INF - двое взрослых, и ребенок от 0 до 3-х лет.
- DBL + CHD - двое взрослых, и ребенок от 3-х до 12-ти лет.
- DBL + 2 CHD (3-6) - двое взрослых и двое детей от 3 до 6 лет.
- 2 ADL + 2 CHD (3-6) (2-12) - двое взрослых и двое детей (один ребенок от 3 до 6 лет, а второй от 6 до 12 лет).
- 2 ADL + 2 CHD (2-12) - двое взрослых, двое детей от 6-ти до 12-ти лет.
- TRPL + 1 CHLD (3-6) - трое взрослых, и ребенок от 3-х до 6-ти лет.
- 3 ADL + 1 CHD (3-12) - трое взрослых, и ребенок от 3-х до 12-ти лет.
- 3 ADL + 2 CHD (3-6) - трое взрослых и двое детей от 3-х до 6-ти лет [26].

Таким образом, размещение с детьми - это уже в настоящее время обычное явление, нередко встречающееся в индустрии гостеприимства. Это нелегкий труд и большая ответственность за детей. Ведь чтобы быть уверенным о качестве гостинице в первую очередь необходимо наличие опытного персонала, который сможет помочь в решении проблем приезжающим с детьми в отель, во вторых хорошо оборудован номер (со всем необходимым инвентарем и нуждами для детей и их родителей), ну и в третьих конечно в ресторане отеля должно быть предложено детское меню. Если все три эти качества будут присутствовать в гостинице, ее можно будет назвать идеальной для отдыха семьи с маленькими детьми.



## **2. Анализ деятельности проекта по внедрения программы «Мама и Малыш» в отель «Park Inn»**

### **2.1 Общая характеристика отеля «Park Inn»**

Организационно-правовая форма предприятия ООО «РГС-Казань» Park Inn by Radisson Kazan - общество с ограниченной ответственностью.

Основными источниками правового регулирования деятельности ООО «РГС-Казань» являются: Конституция РФ, гражданский кодекс РФ и Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Юридический и фактический адрес гостиницы: Республика Татарстан, 420043 г. Казань, Лесгафта, д.7.

Тел/факс: 8(843) 2352350

E-mail: info.kazan@rezidorparkinn.com

Режим работы: круглогодичный и круглосуточный.

К основным видам деятельности гостиницы Park Inn by Radisson Kazan относятся:

- услуга размещения посетителей;
- услуга питания;
- дополнительные услуги (экскурсии, развлечения, дополнительное питание, трансферт, парковка и др.) [29].

ООО «РГС-Казань» Park Inn by Radisson Kazan открыли в 2010г.

Гостиница «Park Inn by Radisson» г. Казани представляет собой современную гостиницу с уютными и комфортабельными номерами с современным дизайном, они удовлетворяют всем требованиям и стандартам гостиничного бизнеса. Гостиница расположена в самом сердце деловой жизни города Казани и в непосредственной близости к культурным достопримечательностям и главным торговым и центральным пешеходным улицам.

Организационная структура гостиницы «Park Inn».

1. Здание и прилегающая к нему территория.

Здание восьмиэтажное, однокорпусное. Вход для гостей отдельный от служебного входа. Вход в ресторан и бар из гостиницы. Имеется охраняемая автостоянка.

## 2. Техническое оборудование.

Гостиница оборудована аварийным освещением и энергоснабжением. Горячее водоснабжение осуществляется предприятием тепловых сетей и котельных по договору. На время аварии, профилактических работ водоснабжение осуществляется от резервной системы ГВС, установлены дополнительные бойлеры.

Гостиница оснащена системой лифтового хозяйства, имеется 2 пассажирских лифта и 1 грузовой. Предоставляется городская и междугородняя телефонные связи по автоматической связи и по заказной системе.

## 3. Номерной фонд.

Вместимость гостиницы - 151 номер европейского стандарта:

- люкс - 3 номера;
- бизнес - 16 номеров;
- стандарт - 132 номера;
- номера для людей с ограниченными возможностями - 2 номера.

Санузлы в номерах оборудованы раковиной, унитазом и душевой.

## 4. Техническое оснащение.

Двери в номерах оборудованы замком с внутренним предохранителем. Все номера оснащены потолочными, прикроватными светильниками, настольными лампами. Санузлы в номерах оборудованы светильниками над раковиной и на потолке. Электророзетки с указанием напряжения. Во всех номерах есть цветные телевизоры, телефоны бесплатный высокоскоростной беспроводной интернет и индивидуальная система кондиционирования. Также имеются мини - бары и сейф.

## 5. Оснащение мебелью и инвентарем.

Все номера оснащены гарнитурной мебелью, комплектом постельных принадлежностей, плотными занавесями, зеркалами и другим твердым и мягким инвентарем. В шкафах вешалки для верхней одежды и головных уборов.

Во всех номерах ковровое покрытие пола.

Все номера оснащены рекламно - информационными материалами:

- информационный справочник;
- перечень предоставляемых гостиницей услуг;
- рекламные материалы с историей окрестностей и с главными достопримечательностями;
- противопожарная инструкция.

6. Инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснащения номера.

Санузлы индивидуального пользования оснащены зеркалами с полками для туалетных принадлежностей, полотенцами (не менее трех, в том числе банное полотенце). Санузлы оснащаются туалетными принадлежностями на каждого гостя (туалетное мыло, шампунь). Их замена происходит по мере потребления.

7. Санитарные объекты общего пользования.

Общественные туалеты оборудованы и оснащены в соответствии с требованиями ГОСТ Р 50645-94.

8. Общественные помещения.

Общественные помещения имеют мебель и оборудование, соответствующее функциональному назначению. Служба приема оснащена зоной для отдыха и зоной для ожидания. Зоны оборудованы креслами, диваном, журнальным столиком. Зоны озелены и художественно оформлены. В службе приема имеется сейф для хранения ценностей гостя.

Предоставляются услуги факсимильной связи, копировальной техники.

Спортивно-оздоровительный центр со спортзалом.

9. Помещение для предоставления услуг питания.

В гостинице есть RBG ресторан и гриль-бар.

## 10. Услуги.

Служба приема в гостинице работает круглосуточно.

Обслуживающий персонал производит побудку по просьбе гостей.

Уборка номера горничной производится ежедневно. Смена постельного белья производится 1 раз в 3 дня. Смена полотенец происходит ежедневно. Дежурный ведет график по смене полотенец и постельного белья.

Служба сервиса принимает заказы на ремонт, химчистку, стирку и утюжку одежды, вызов такси. Осуществляется прокат посуды и белья, доставка в номер продуктов питания, чая, кофе.

Производится бронирование билетов на различные виды транспорта.

## 11. Услуги питания.

В ресторане предоставляется возможность выбора любого из вариантов предоставляемого питания (завтрак, двухразовое, трехразовое питание). Ресторан работает круглосуточно.

## 12. Требования к персоналу и его подготовке.

В гостинице есть письменные стандарты (инструкции) для персонала, фиксирующие функциональные обязанности и установленные правила работы. Постоянно проводится занятия по повышению квалификации и по профессиональной подготовке. Персонал гостиницы носит форменную одежду, вид которой зависит от дифференцирования по должностям. Персонал гостиницы проходит периодическое медицинское освидетельствование, запись которого производится в санитарной книжке и санитарном журнале [16].

Таким образом, отель «Park Inn» имеет большую и развитую инфраструктуру. В организационной структуре все отделы работают взаимосвязано, прислушиваются к советам вышестоящего персонала. Также отель «Park Inn» имеет множество предоставляемых услуг, которые привлекают клиентов.

## 2.2 Оценка предполагаемых результатов в реализации программы «Мама и Малыш»

Внедрение в предприятие гостеприимства какого-либо новшества, дает возможность отелю стать более конкурентоспособным, привлечь большее число клиентов и помогает предприятию добиться успеха. Основная причина для создания и внедрения новых услуг в гостиничное предприятие - это стремление удовлетворить новые и меняющиеся потребности клиентов. В данный момент конечно есть и другие причины введение новых услуг в гостиницу, самые важные из них это:

Финансовые цели. Многие руководители гостиничных предприятий почти всегда находится под постоянным давлением финансовых целей, которые касаются прибыли, рынка и дохода. Данные цели могут быть достигнуты с помощью улучшения качества услуг и удовлетворенности клиентов. Ещё один способ - это введение новых услуг. Для услуг есть несколько степеней «новизны». Однако только три категории наиболее вероятно приведут к увеличению рыночной доли и дохода и помогут гостиничному предприятию достигнуть своих финансовых целей.

Действия конкурентов является одной из самых сильных мотиваций для создания новой услуги в гостинице и оно возникает тогда, когда гостиницы-конкуренты начинают вводить на рынок услуг новые услуги. Когда гостиница в бездействии в плане улучшения своего имиджа и узнаваемости, а также в привлечении клиентов это ведет к уменьшению рыночной доли и прибыли.

Глобализация. С возрастанием глобальной торговли и непосредственных иностранных инвестиций стали появляться новые рынки и вместе с этим открылись новые возможности для гостиничных предприятий. Такая тенденция нуждается в создании новых услуг или модификации уже существующих - это является ключевым моментом для того, чтобы удовлетворить потребности различных стран и культур [28]. Технический и

технологический прогресс. Наряду с новыми продуктами создаются новые потребности, которые, в свою очередь, требуют создания новых услуг.

Таблица 2.2.1

Данные SWOT-анализа внедрения проекта «Мама и Малыш» в гостиницу «Park Inn»

Сильные стороны	Слабые стороны
- Большое количество предлагаемых услуг клиентам с маленькими детьми.	Неудачное месторасположение отеля.
- Более развитая собственная инфраструктура отеля благодаря данной программы.	Большие затраты на внедрения данного проекта.
- Возможность приезжать в отель с маленькими детьми.	Привлечение специалистов умеющих работать с маленькими детьми.
- Несколько лет работы на иностранном рынке в сфере гостиничного бизнеса.	
- Высокий уровень безопасности проживания в гостинице, развита система охраны.	
- С помощью данной программы отель в городе Казани станет более известен.	
Возможности	Угрозы
- Расширить спектр предлагаемых клиентам услуг в гостинице.	Нестабильная экономическая и политическая ситуация в стране.
- Улучшение номерного фонда и качества предлагаемых услуг и в перспективе повышение уровня гостиницы.	Сезонный характер загрузки гостиницы.
- Развитие навыков, умений и квалификации персонала отеля.	Появление новых конкурентов на рынке с такой же программой.

В таблице представлены данные SWOT-анализа внедрения проекта «Мама и Малыш» в гостиницу «Park Inn»: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Каждый из них имеет важную роль для внедрения проекта в гостиницу. Сильные стороны проекта «Мама и Малыш» помогут отелю «Park Inn» лучше узнать его (преимущества его применения). Возможности проекта «Мама и Малыш», на наш взгляд, смогут расширить спектр услуг клиенту, улучшить обслуживание в отеле. Слабые стороны и угрозы - это риски на которые необходимо обратить внимания при внедрении проекта «Мама и Малыш» в отель «Park Inn» (см. таблица 2.2.1).

Новую программу «Мама и Малыш» мы хотим внедрить в отель «Park Inn». На данный момент в отеле имеется 151 номер, из них 4 номера будут переделаны в семейные номера с удобствами и принадлежностями для клиентов приезжающих в отель с маленькими детьми. Также помимо номеров в отеле будет специально обученный персонал (врач, няня и т.д.), специальное детское питание в ресторане, игровая комната и другие.

На основе данной матрицы, можно построить матрицу возможностей программы «Мама и Малыш» в отеле «Park Inn» (см. рисунок 2.2.1).

Рисунок 2.2.1

Матрица возможностей программы «Мама и Малыш» в отеле «Park Inn»

	Влияние возможностей на гостиницу			
		сильное	среднее	низкое
Вероятность реализации возможности	высокая		1В3С будет способствовать увеличению загрузки гостиницы	3В6С будет способствовать благоприятному имиджу, лучшей узнаваемости
	умеренная	2В3,4С позволит гостинице стать более конкурентоспособной		
	слабая	2С1В расширение спектра услуг, при наличии сильной инфраструктуре ослабит позиции конкурентов		

Полученные внутри матрицы возможностей данные имеют разное значение для гостиницы. Необходимо использовать такие возможности программы «Мама и Малыш» для отеля «Park Inn» как:

- привлечение специалистов, чья деятельность связана с детьми, а также повышение квалификации сотрудников гостиницы с целью увеличения качества обслуживания;
- внедрение данной программы помогут удержать старых клиентов и привлечения новых;
- с помощью программы можно сделать более развитую инфраструктуру, увеличить спектр предлагаемых услуг и тем самым ослабить позиций конкурентов.

В отношении оставшихся возможностей необходим гибкий подход. Можно принять положительное решение об их использовании, если для этого имеются достаточные ресурсы. Полученные данные внутри матрицы угроз (см. рисунок 2.2.2) также имеют разное значение для гостиницы.

Рисунок 2.2.2

Матрица угроз программы «Мама и Малыш» в отеле «Park Inn»

	Влияние угрозы на гостиницу				
		разрушение	критическое состояние	тяжелое состояние	«легкие ушибы»
Вероятность реализации угрозы	высокая				
	средняя		1У2С в случае финансового кризиса в стране гостиница будет нести большие убытки	3У1С может привести к оттоку потенциальных потребителей к конкурентам	
	низкая				2У3С может спровоцировать недостаток специально обученного персонала

Гостиница имеет угрозу при внедрении программы «Мама и Малыш», которая оказывает большое влияние: при финансовом кризисе такая развитая инфраструктура не сможет себя окупать.



Требуется также внимательный и ответственный подход к ликвидации или нейтрализации угроз:

- наличие финансовых ресурсов позволит нейтрализовать недостаток персонала путём создания приемлемых условий труда либо создание гибкого графика работы, а также проводить повышение квалификации и тренинги;

- нужно будет правильно разделить финансовые ресурсы, чтобы данная программа смогла приносить прибыль отелю, а не убытки.

Оставшиеся угрозы также не должны выпадать из поля зрения.

Данные анализа показывают, что программа в большей степени сможет себя окупить в отеле «Park Inn» так как она будет предлагать большой перечень услуг для семей с детьми, тем более данная программа уже испробована в отелях других странах, и она приносит им прибыль и увеличивает число потенциальных клиентов. На данный момент отель «Park Inn» имеет большую конкуренцию на рынке гостиничных услуг. Чтобы поддерживать высокий уровень сервиса отелю требуется хорошо развитая инженерная служба, удержание утечки кадров и конечно новинки гостиничных услуг (например программа «Мама и Малыш»). Чтобы данная программа стала известной нужно проводить активную рекламную деятельность (например, размещение рекламы в газетах и телевизоре), предоставить клиентам какие-либо бонусные системы. Для улучшения данной программы необходимо проводить регулярные курсы по повышению квалификации сотрудников и менеджмента отеля. Угрозами для «Park Inn» является нестабильная экономическая и политическая ситуация в стране, а также усиление конкурентов. Эти угрозы масштабны и являются реальными не только для данной гостиницы, но и для бизнеса в России в целом.

Положительные и слабые стороны данной программы, которые были обозначены в ходе проведенного анализа, дают возможность спланировать необходимые изменения, слабые стороны данной программы в отеле необходимо по возможности минимизировать, опираясь, прежде всего на

имеющихся сильных сторонах. Поддержка сильных сторон, усиление позиции в области, позволит не только улучшить имидж гостиницы в будущем, но и увеличить количество постояльцев и клиентов, а значит и позволит увеличить потенциальную валовую прибыль предприятия в будущем. Программа «Мама и Малыш» в отеле «Park Inn» по результатам проведенного анализа сможет акцентировать внимание и усилия по развитию сильных сторон компании и устранению негативных факторов, оперативное руководство и стратегическое планирование позволят избежать возникающих угроз и использовать все возможности, появляющиеся во внешнем окружении. Исходя из анализа можно сформировать стратегию деятельности, т.е. долгосрочный план по достижению определенных целей в будущем.

Программа «Мама и Малыш» за время своего существования сумела завоевать устойчивые позиции на мировом рынке гостиничных услуг, сумела привлечь множество клиентов, надежных партнеров. Несмотря на выше перечисленные факторы, в программу следует постоянно, внедрять новые технологии, предложения и услуги, способные удержать постоянных, а также привлечь новых клиентов.

Гостиничный бизнес стремительно развивается, а значит, увеличивается и конкуренция. Рассмотрим пути совершенствования программы «Мама и Малыш» в отеле «Park Inn».

Во-первых, можно для начала создать поощрительные программы для новых клиентов, а в дальнейшем разработать систему бонусов для постоянных клиентов, потому что всегда дешевле сохранить имеющихся клиентов, чем приобрести новых, к тому же старые клиенты наиболее прибыльны. Такая программа будет являться для отеля значительным преимуществом перед другими гостиницами. Система бонусов предоставляемая постоянному клиенту имеет ряд преимуществ. Так, клиент не просто тратит деньги на определенный комплекс услуг, но и одновременно «зарабатывает» баллы. Накопленные баллы дают возможность гостю почувствовать себя владельцем чего-то материального, что в будущем принесет определённую выгоду.

Во-вторых, необходимо повысить уровень on-line продаж данной программы через сайт отеля. В настоящее время большинство людей активно использует интернет для поиска гостиниц, а тем более семья с маленькими детьми. Одна из наиболее популярных услуг в наши дни - это виртуальное бронирование отелей. Однако достаточно сложно выбрать гостиницу, ориентируясь на простые фотографии, размещенные на сайтах гостиниц. Чтобы решить эту проблему рекомендуется добавить на сайт отеля, такую услугу, как «Познакомься гостиницей «Park Inn» не приезжая к нам». Такая технология позволит передать посетителям сайта гостиницы 3D-изображение номеров отеля, окружающего пространства, ресторанов (с детским питанием), детских комнат и т.д. У клиентов на подсознательном уровне возникнет сравнение сайта и гостиницы. Если у отеля информативный, красочный и удобный в использовании сайт, то и сам отель является достойным местом для размещения. Таким образом, в глазах посетителей повысится репутация отеля, которая использует технологии высокого класса.

Таким образом, с помощью вышеперечисленных путей совершенствования программы «Мама и Малыш», по нашему мнению, не только сможет, увеличить объем продаж номерного фонда отеля «Park Inn», но и выиграть в конкурентной борьбе, а также, на наш взгляд, сможет привлечь к сотрудничеству дополнительных партнеров.

### **2.3 Экономические затраты на реализацию проекта «Мама и Малыш»**

Программа «Мама и Малыш» направлена на улучшения отеля «Park Inn» и привлечения в нее клиентов. С данной программой отель будет более конкурентоспособный на рынке гостиничных услуг. Программа подразумевает развитие внутреннего туризма для семей путешествующих с маленькими детьми. Мы составили смету расходов гостиничного предприятия на осуществления проекта по внедрению программы «Мама и Малыш» (см. таблицу 2.3.2).

Внедрение данного проекта требует определённых экономических затрат. Определим эффективность предложенной программы по повышению конкурентоспособности и прибыли отеля (см. таблицу 2.3.3).

Таблица 2.3.2

№	Наименование расходов	Кол-во ед.	Цена (ед.), руб.	Стоимость, руб.
	Оборудование			
1	Микроволновка	4	5000	20000
2	Радио няня	4	5500	22000
3	Проектор	1	10000	10000
4	Интерактивная доска	1	55000	55000
5	Различные игрушки	-	-	60000
	Инвентарь			
1	Стульчик для кормления	4	1500	6000
2	Ванночка	4	1000	4000
3	Горшок	4	300	1200
4	Полотенце	10	1300	13000
5	Коврик	1	2000	2000
6	Канцтовары	-	-	12000
7	Стол	2	2000	4000
8	Стул	8	500	4000
9	Нужды ресторана	-	-	3000
	Персонал			
1	Няня	1	-	16000
2	Аниматор (на полставки)	1	-	11000
3	Дет.врач (на полставки)	1	-	7000
	Реклама			
1	Радио	-	-	20000
2	Интернет источники	-	-	10000
3	Флаеры	1000	3,78	3780

Покупка необходимого оборудования для номеров относится конечно к единовременным вложениям, но нужно учитывать тот факт, что может что-то

сломаться (переменные затраты). Един.вложения = 4 номера\*оборудование для номеров + оборуд. для детской комнаты = 42000+125000= 167000 тыс.руб. Это понадобится для начала чтобы обустроить номера и комнату. Переменные затраты в месяц примерно будут составлять 10000 тыс. руб.

Привлечение специально обученного персонала относится к постоянным затратам. В отель понадобится няня и аниматор для работы на постоянную основу, также детского врача на пол ставки (но чтобы врач всегда бы на связи). Постоянные затраты (спец.обуч. персонала) = Зар.плата няни + зар. плата аниматора + зар.плата врача= 16000+11000+7000= 34000 тыс.руб. Данную сумму мы будем платить каждый месяц привлеченному персоналу.

Таблица 2.3.3

Компоненты	Переменные затраты	Постоянные затраты	Единовременные вложения	Итого
Покупка необходимого оборудования для номеров	10000	0	167000	177000
Привлечение специально обученного персонала	0	34000	0	34000
Покупка необходимого инвентаря и нужд	49200	0	0	49200
Реклама	0	33780	0	33780

Покупка необходимого инвентаря и нужд относится к переменным затратам. Переменные затраты (покупка необх. инвентаря и нужд) = 4\* инвентарь для номеров + инвентарь для детской комнаты + нужды для ресторана = 24200+22000+3000=49200 тыс.руб.

Обязательно для реализации и успешного продвижение программы «Мама и Малыш» нужно создать и распространять рекламу. Реклама

относится к постоянным затратам. Постоянные затраты (на 1 месяц) = радио реклама + интернет источники + флаеры = 20000 + 10000 + 3780 = 33780 тыс.руб.

Полная себестоимость данной программы = переменные затраты + постоянные затраты + единовременные вложения = 59200 + 67780 + 167000 = 293980 тыс.руб.

Проведя анализ программы «Мама и Малыш» можно сделать вывод, что программа является рентабельной и успешной. На наш взгляд, если хорошо разрекламировать программу, заполняемость номеров для семей с детьми будет расти, ведь на сегодняшний день очень многие люди путешествуют со своими маленькими детьми, и для комфортного проживания им нужно будет, то что будет находиться в отеле который имеет программу «Мама и Малыш».

Таким образом, анализируя программу «Мама и Малыш» которая будет внедрена в отель «Park Inn», можно сделать вывод, что целью программы является формирования и улучшения дополнительной услуги, удовлетворяющих потребности гостей в отдыхе, развлечении, и особенно с семей приезжающих с маленькими детьми с различными целями. «Park Inn» стабильно функционирует, и постепенно развивается. Тот факт, что в 2015 году, гостинице было присвоено категория четыре звезды по системе классификаций, говорит о том, что работа предприятия не стоит на месте и гостиница является востребованной. Но деятельность гостиницы по оказанию услуг, на наш взгляд можно улучшить с помощью данной программы, что поспособствует, по нашему мнению, дальнейшему развитию предприятия и спрос со стороны потребителей, по нашему предположению, будет расти.

## Заключение

Оказание услуг - это неотъемлемая часть функционирования любого предприятия гостеприимства. Средства и методы обслуживания помогают обеспечить высокий уровень комфорта для клиента. Индустрия гостеприимства очень быстро развивается на сегодняшний день, она направлена на получении прибыли руководителям предприятий. Потому что клиент, приехавший в гостиничный комплекс, платит деньги за услуги, которые предоставляются в отеле, а также за удобства, комфорт и высокое обслуживание. Если предприятия не будут внедрять новые услуги или усовершенствовать уже имеющиеся, то им станет сложно создавать продуктивное предложение и быть конкурентоспособным. В совокупности с этим покупателю будет трудно сделать выбор в пользу этого предприятия.

Работа предприятий гостеприимства, прежде всего, основывается в предоставлении услуг проживания. Средства размещения разнообразны. Они в свою очередь различаются по различным критериям классификации. Классическим средством размещения являются гостиницы. Для реализации услуг размещения в гостиницах имеются гостиничные номера. Гостиничные номера, также разнообразны в зависимости от комфортабельности. Помимо услуги проживания в средствах размещения могут реализовываться платные и бесплатные дополнительные услуги. Услуги являются составляющей гостиничного продукта.

Гостиничный продукт состоит из услуг проживания, питания и дополнительных услуг. В широком понимании продукт - это не только основные и дополнительные услуги, но и в целом атмосфера, существующая на предприятии. Продукт образуется благодаря выбранной продуктовой стратегии гостиничного предприятия.

Для того чтобы гостиница стала более конкурентоспособной, руководители внедряют новые дополнительные услуги или улучшают

прежние. Программа «Мама и Малыш» - это специальный проект в туризме, который посвященный отдыху семей с маленькими детьми.

В данном проекте можно найти не только полезную информацию для семьи, но и можно подобрать отель, который предоставляет всё необходимое для комфортного пребывания мамы и ее малыша. Эта программа поможет гостинице поддерживать или даже улучшить свое место на рынке услуг размещения.

В настоящее время многие семьи стараются путешествовать вместе со своими детьми, чтобы не волноваться за них в дали от дома. Поэтому программа «Мама и Малыш» очень подходит для семей, они смогут отдохнуть, зная, что у них есть место для размещения со всеми удобствами для них и их детей.

Кроме того, для гостиницы это нелегкий труд и большая ответственность. Для того чтобы гости были уверены в компетентности гостиницы и в качестве данной услуги, в первую очередь необходим опытный персонал, который сможет создать все необходимые условия для беззаботного отдыха приезжающих с детьми в отель, как для взрослых так и для детей, во-вторых хорошо оборудованный номер, ну и в-третьих конечно в ресторане отеля помимо обычного «взрослого» должно присутствовать и «детское» меню. В том случае когда все три этих условий будут соблюдены в гостинице, клиенты с детьми смогут хорошо провести время или деловую поездку.

Отель «Park Inn» это современное место размещения. Целесообразно будет если внедрить в него программу «Мама и Малыш» во-первых это не принесет гостинице слишком больших затрат (приблизительно около 300000 тыс.рублей), и во-вторых сможет удовлетворять потребности гостей как в деловой сфере, так развлекательном и рекреационном отдыхе. Как видно в анализе среди особенностей отеля «Park Inn» можно выделить месторасположения гостиницы, ведь он находится в тихом районе и рядом с ним есть тихий парк, где семейные пары смогут погулять с ребенком.



Отель «Park Inn», по нашему мнению, нуждается в улучшение дополнительных гостиничных услуг. Грамотное нововведение программы «Мама и Малыш», на наш взгляд, сможет сделать отель «Park Inn» более привлекательный на рынке гостиничных услуг. Новые для отеля «Park Inn» услуги по организации размещения семей с детьми, создание для детей клиентов игровых зон, вызовут заинтересованность среди посетителей гостиницы.

Таким образом, на наш взгляд предложенная программа «Мама и Малыш» может оказаться полезной для дальнейшего развития деятельности предприятия «Park Inn». Обновлённый ассортимент услуг отеля «Park Inn» по нашему предположению, подчеркнёт ее сильные стороны и отель, по нашему мнению, станет более конкурентоспособным на рынке услуг.

## Список использованной литературы

1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия: Учебное пособие. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 338 с.
2. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебник. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2013. - 232 с.
3. Биржаков М. Б. Введение в туризм: Учебник. - М.: «Издательский Дом Герда», 2012. - 318 с.
4. Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: Учебник. - М.: Издательский центр «Академия», 2013. - 224 с.
5. Джозеф Уэст Д. Стратегия обслуживания в предприятиях индустрии гостеприимства: Учебник. - М.: РМАТ, 2014. - 224 с.
6. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебник. - М.: Новое знание, 2013. - 496 с.
7. Елканова, Д.И. Основы индустрии гостеприимства: Учебное пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков ли К», 2009. - 248 с.
8. Кусков А. С. Гостиничное дело: Учебное пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. - 328 с.
9. Лисевич А. В. Маркетинг в туристской индустрии: Учебное пособие для бакалавров. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. - 176 с.
10. Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие. - М.: Изд-во ТПУ, 2013. - 152 с.
11. Плотников И.С. Семейный отдых. // Журнал «Турист», 2012. № 27, 24 с.
12. Сенин, В. С. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 144 с.

13. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебник. - М.: Альфа-М, 2012. - 304 с.
14. Уокер, Дж. Р. Введение в гостеприимство: учебник. - М.: ЮНИТИ, 2012. - 463 с.
15. Янкевич, В. С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 416 с.
16. Законодательная и нормативная база [Электронной ресурс]. - Режим доступа: <http://rha.ru/hotel-ranking/zakonodatelnaya-i-normativnaya-baza> (Дата обращения: 21.02.2017).
17. Основные службы гостиничного предприятия [Электронной ресурс]. - Режим доступа: [http://dw6.ru/sluzhba\\_priyema\\_i\\_razmeshcheniya.html](http://dw6.ru/sluzhba_priyema_i_razmeshcheniya.html) (Дата обращения 24.03.2017).
18. Особенности размещения детей в гостиницах [Электронной ресурс]. - Режим доступа: <http://www.fainaidea.com/archives/28613> (Дата обращения 13.03.2017).
19. Отдых с детьми по программе «Мама и малыш» [Электронной ресурс]. - Режим доступа: <http://tknext.ru/otdyix-s-detmi-po-programme-mama-i-malyish1.html> (Дата обращения 18.02.2017).
20. Отели мама и малыш программа [Электронной ресурс]. - Режим доступа: <http://www.mmo-tour.ru/738-oteli-mama-i-malyish-programma.html> (Дата обращения 19.02.2017).
21. Отели по программе «Мама и Малыш» [Электронной ресурс]. - Режим доступа: <http://www.minibanda.ru/u/22387/note/greciya-otdyx-s-detkami-oteli-po-programme-mama-malysh> (Дата обращения: 10.03.2017).
22. Проект «Мама и Малыш» [Электронной ресурс]. - Режим доступа: [https://www.babyblog.ru/community/lenta\\_cat/akvareltur/16453](https://www.babyblog.ru/community/lenta_cat/akvareltur/16453) (Дата обращения: 5.03.2017).

23. Специальный проект «Мама и Малыш» [Электронной ресурс]. - Режим доступа: <http://children.travel/> (Дата обращения: 25.02.2017).
24. Специальный проект «Мама и Малыш» [Электронной ресурс]. - Режим доступа: [http://www.kdoaviatour.ru/tury/otdyh\\_s\\_det\\_mi/programmy\\_ semejnogo\\_otdyh\\_a/mamamalysh/](http://www.kdoaviatour.ru/tury/otdyh_s_det_mi/programmy_ semejnogo_otdyh_a/mamamalysh/) (Дата обращения: 27.02.2017).
25. Страница гостиницы «Park Inn» на портале Booking.com. [Электронной ресурс]. - Режим доступа: <https://www.booking.com/hotel/ru/park-inn-kazan.ru.html> (Дата обращения: 23.03.2017).
26. Типы размещения в отелях, типы номеров в отелях [Электронной ресурс]. - Режим доступа: <https://krugozor.ru/skidki/117-majskie-prazdniki-v-evrope-so-skidkoj.html> (Дата обращения: 16.03.2017).
27. Тур «Мама и Малыш» 5 и 7 дней [Электронной ресурс]. - Режим доступа: <http://www.fongrad.ru/spa/tur-mama-i-malysh-5-i-7-dnei> (Дата обращения: 12.02.2017).
28. Факторы, являющиеся причиной создания новых услуг [Электронной ресурс]. - Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/5880066/page:56/> (Дата обращения: 27.02.2017).
29. «Park Inn» [Электронной ресурс]. - Режим доступа: <https://www.parkinn.ru/hotel-kazan> (Дата обращения: 11.03.2017).
30. Park Inn by Radisson Kazan [Электронной ресурс]. - Режим доступа: [https://www.tripadvisor.ru/Hotel\\_Review-g298520-d1862609-Reviews-Park\\_Inn\\_by\\_Radisson\\_Kazan-Kazan\\_Republic\\_of\\_Tatarstan\\_Volga\\_District.html](https://www.tripadvisor.ru/Hotel_Review-g298520-d1862609-Reviews-Park_Inn_by_Radisson_Kazan-Kazan_Republic_of_Tatarstan_Volga_District.html) (Дата обращения: 7.03.2017).