

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/106737>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Гостиничное дело

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ СОВРЕМЕННЫХ ГОСТИНИЦ 5

1.1. Понятие и сущность лояльности в гостиничной индустрии 5

1.2. Основные факторы формирования лояльности, оказывающие влияние на повышение эффективности работы гостиницы 15

1.3. Методы повышения лояльности гостей как важнейшего показателя отношения потребителей к компании в индустрии гостеприимства 23

Выводы по главе 1 27

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ «АВРОРА ЛЮКС» СЕТИ МАРРИОТТ 29

2.1. Общая характеристика деятельности ООО Гостиница «Аврора Люкс» сети Марриотт 29

2.2. Анализ системы управления и основных экономических показателей гостиницы Марриотт Роял Аврора 34

2.3. Анализ и оценка уровня лояльности клиентов к гостинице в современных условиях 41

Выводы по главе 2 51

ГЛАВА 3. ПРЕДЛОЖЕНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ГОСТИНИЦЫ 53

3.1. Предложения по развитию лояльности гостиницы Марриотт Роял Аврора 53

3.2. Разработка мероприятий по развитию систем лояльности и повышению эффективности работы гостиницы 58

3.3. Оценка эффективности предложенных мероприятий и пути снижения вероятных рисков при их реализации 61

Выводы по главе 3 64

Заключение 65

Список использованных источников и литературы 67

ВВЕДЕНИЕ

Эффективность функционирования и прибыльность деятельности любой гостиницы в современных рыночных условиях тесно связаны с качеством предоставления гостиничных услуг для своих посетителей. В современной рыночной экономике проблемы качественного оказания гостиничных услуг являются одними из самых важных факторов повышения уровня жизни и благосостояния населения страны, в целях обеспечения экономической и социальной безопасности потребителей гостиничных услуг. Качество является комплексным понятием, которым характеризуется эффективность деятельности гостиничного предприятия при разработке стратегий, организации обслуживания посетителей, маркетинга предоставляемых услуг и др.

Гарантия высокой стабильности и устойчивости системы качества имеют важное значение для фирм, обладающих сертифицированной системой менеджмента качества, поскольку от уровня предлагаемых качественных услуг зависит способность гостиничного предприятия удерживать свои позиции на рынке благодаря разработанным конкурентным преимуществам.

Актуальность данного исследования заключается в том, что для того чтобы бизнес не стоял на месте, организация должна развиваться. Одна из составляющих успеха — лояльность. Выстроить доверительные отношения с клиентами гораздо труднее, чем внедрить инновационную технологию или запустить новое оборудование. Анализ качества гостиничных услуг в соответствии с различными типологиями является главным фактором успеха деятельности гостиницы. Использование системы качества сегодня достаточно распространено для оценки гостиничного обслуживания различных современных предприятий.

Цель работы заключается в комплексном анализе основ оценки качества гостиничного обслуживания в разрезе системы лояльности клиентов на примере Марриотт Роял Аврора.

В связи с этой целью ставится ряд задач:

- изучить теоретические основы управления лояльностью,
 - проанализировать инструменты управления лояльностью;
 - дать характеристику деятельности Марриотт Роял Аврора,
 - исследовать систему лояльности в гостинице и разработать мероприятия для ее повышения в дальнейшем.
- Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

В первой главе рассматривается сущность и факторы лояльности клиентов.

Во второй главе проводится анализ уровня лояльности посетителей отеля.

В третьей главе предлагаются меры по повышению уровня лояльности к отелю.

Практическая значимость работы заключается в разработке мероприятий, которые бы помогли повысить уровень лояльности клиентов к гостинице.

Гипотеза работы состоит в том, что повышение лояльности положительно сказывается на работе гостиниц.

Научная значимость работы заключается в изучении факторов, которые оказывают влияние на лояльность.

Эмпирической базой исследования стали внутренние документы и материалы компании.

Для раскрытия темы были использованы исследования современных авторов в области гостиничного бизнеса и официальные данные гостиницы, ресурсы Интернет.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ СОВРЕМЕННЫХ ГОСТИНИЦ

1.1. Понятие и сущность лояльности в гостиничной индустрии

Основой взаимоотношений с потребителями является организация самого процесса обслуживания, а также доведения его до оптимального с позиции удобства для клиента. Развитие рыночных отношений и появление свободной конкуренции явилось поворотным моментом для ориентации сервисной сферы. Ее работа все больше ориентируется на потребности клиента и улучшение качества предлагаемых услуг.

Термин «индустрия гостеприимства» является собирательным понятием для многочисленных и разнообразных форм предпринимательства, которое специализируется на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей. Не существует перечня, который охватывал бы абсолютно все виды деятельности в этой области. Вместе с тем можно выделить основные направления гостеприимства [13, с.201]:

- общественное питание;
- размещение;
- перевозка;
- отдых (рекреация).

Эти четыре направления международной сферы обслуживания являются главными составляющими индустрии гостеприимства. При этом, термин «гостеприимство» объединяет все эти сферы в единое целое, являясь их общим детерминантом.

Процесс преобразования потребностей потребителя (гостя) в его удовлетворенность производится на основе взаимодействующих систем среды гостеприимства: материально-технической базы, природного комплекса, культурно-исторического комплекса, рекреационной инфраструктуры и обслуживающего персонала гостиницы. Составляющие индустрии гостеприимства представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 - Составляющие индустрии гостеприимства

В качестве хозяйствующего субъекта, который концентрирует операции замкнутого цикла обслуживания гостя по удовлетворению его потребностей в питании, размещении, релаксации, транспортных услугах и т. д. выступает туристская гостиница, отель или комплекс, имеющий необходимую внутреннюю среду (материальную базу, инфраструктуру и персонал) и внешнюю среду (расположение в окружении природного и культурно-исторического комплексов).

Естественно, учитывая то, что одной из основных потребностей клиентов-гостей гостиниц является удовлетворение их потребностей в предоставлении гостиницей услуг.

Когда речь идет о планировании гостиничного бизнеса, встает вопрос о том, какие виды услуг в гостинице предлагать постояльцам. Следующий вопрос – что предоставлять бесплатно, что – за дополнительную плату.

Отельный сервис гостиницы разделяется на основные, дополнительные и индивидуальные виды услуг. В зависимости от пожеланий отельера и уровня конкурентной среды в заданном регионе, этот сервис может быть как абсолютно бесплатным, так и за дополнительную плату (рис.2).

Рисунок 2 - Гостиничные услуги

Существует ряд основных услуг в отеле, закрепленные на законодательном уровне, как те блага, которые должны оказываться во всех гостиничных учреждениях, как бесплатные. Это обязательно. Их перечень:

- В случае необходимости вызов скорой медицинской помощи;

- Наличие и круглосуточная возможность использовать медицинскую аптечку;
- Доставка писем, газет и прочей корреспонденции, предназначенной постояльцу;
- Пробуждение гостя к назначенному времени;
- Наличие и возможность доступа к кипятку, ножницам, иголкам с нитками;
- Пользование одним комплектом посуды и его замена.

Вне зависимости от концепции гостиничного предприятия, данные услуги ваш отель должен предоставлять. Однако каждому понятно, что если отель будет предоставлять лишь это, его рейтинг будет оставлять желать лучшего. В условиях жесткой конкуренции между гостиницами и гостиничными сетями необходимо быть «в тренде» и предвосхищать потребности постояльцев.

Так, буквально несколько лет назад свои бонусы и преимущества в виде дополнительных клиентов получали те редкие гостиницы, которые позволяли постояльцам пользоваться раздаваемым интернетом без взимания дополнительной платы.

Услуги в гостеприимстве – это управление материальными потоками гостиниц, включающими рациональную организацию формирования, сбыта и организации потребления гостиничного продукта и сопровождение этих процессов прохождением через информационные потоки.

В состав системы гостиницы входят [6, с.199]:

1. информация – планирование номеров, заказов, прогнозирование спроса потребителей;
2. перевозка гостей – выбор вида транспорта и компании – перевозчика (например, услуги доставки гостей до аэропорта или организация туристических выездов от гостиницы);
3. обслуживающий персонал;
4. координация финансовых потоков, необходимых для оказания гостиничных услуг.

Скоординированная интеграция работы отдельных подразделений по продвижению гостиничного продукта представляет одно из главных положений эффективной организации функционирования гостиничного предприятия. При этом самая главная задача в гостинице предполагает формирование системы обслуживания как операционной платформы для последующего внедрения сервиса.

Задачи обслуживания заключаются в прогнозировании потребности в гостиничных услугах, контроль над уровнем запасов, определение последовательности продвижения гостиничного продукта.

Таким образом, условием эффективной синхронизации работы отдельных отделов гостиницы является реализация логистического подхода, что позволит эффективно прогнозировать объемы и структуру будущих сервисных потоков, маркетингового анализа конкуренции.

Основными результатами эффективной организации в гостиничном предприятии являются [23,с.254]:

- увеличение заполняемости гостиницы;
- увеличение средней цены продажи номеров;
- сокращение общих расходов гостиницы.

В гостиничном бизнесе главное – обеспечить эффективное преобразование сервисного потока, который в целях максимальной загрузки гостиничных мощностей и полного удовлетворения спроса на гостиничное обслуживание. Этот сервисный поток должен быть непрерывным во времени и неоднородным по качеству, что обуславливает приоритетную ориентацию управления на применение распределительной логистики. При этом должен быть выработан стратегический подход построению и расширению взаимодействий с потребителями – гостями, его специфики в клиентском сегменте рынка гостиничных услуг.

Потоки гостей (клиентов, проживающих), которые являются главным видом потоков в логистике гостиничных услуг, в гостиничном бизнесе отображаются в виде их информационной и финансовой проекций, т.е. информационных и финансовых потоков. В этом заключается характерная особенность логистики гостиничных услуг и ее отличие от логистики туризма. Связано это с тем, что ресурсная база гостиниц для приема гостей строго ограничена (номерным фондом) как в количественном, так и в стоимостном планах. Поэтому главными свойствами потока гостей в гостиницах становятся его есть информационные и финансовые потоки, генерируемые основным потоком гостей.

В современной рыночной экономике проблемы качественного оказания гостиничных услуг являются одними из самых важных факторов повышения уровня жизни и благосостояния населения страны, в целях обеспечения экономической и социальной безопасности потребителей гостиничных услуг. Качество является комплексным понятием, которым характеризуется эффективность деятельности гостиничного предприятия при разработке стратегий, организации обслуживания посетителей, маркетинга предоставляемых услуг и др.

В соответствии со стандартом систем обеспечения качества ISO 9000:1994 качество представляет собой совокупность характеристик и свойств услуг, которые относятся к их способности удовлетворить

устанавливаемые потребности (рис.3).

Рисунок 3 – Элементы качества оказания гостиничных услуг

В современных экономических условиях успешность гостиничного предприятия на рынке зависит, прежде всего, от рациональной организации системы производства его продукции, снижения издержек и необходимых на производство ресурсов, развития, т.е. воздействия существующей системы управления предприятия на внутренние факторы производства. Наиболее важной сегодня является также проблема обеспечения гибкости и адаптации предприятий к постоянным изменениям условий внешней среды. Это, прежде всего, связано с теми целями и задачами, которые ставит перед собой данное предприятие, что может включать в себя, например, завоевание большей доли на соответствующем рынке.

Гарантия высокой стабильности и устойчивости системы качества имеют важное значение для фирм, обладающих сертифицированной системой менеджмента качества, поскольку от уровня предлагаемых качественных услуг зависит способность гостиничного предприятия удерживать свои позиции на рынке благодаря разработанным конкурентным преимуществам.

Основные направления гостиничных услуг указаны на рис.4.

Рисунок 4 - Система направлений оказания гостиничных услуг

Рассмотрим основные методы контроля качества услуг в гостиничном бизнесе.

1. Правильное видение руководства

Во многом уровень сервиса отеля зависит от стиля и правил управления объектом. В процессе менеджмента гостиницы важны:

самоопределение объекта размещения. Отель должен четко заявлять, какому конкретно уровню обслуживания он соответствует;

дисциплина персонала в соответствии с заявленной концепцией отеля;

ориентация на чистоту и персональный сервис.

Выбор типологии категории гостиницы – будь то 3*, 4* или отель Luxe класса заранее формирует у клиента соответствующие ожидания. И конечная его оценка складывается от первоначальных обещаний и их реального воплощения.

2. Документы для контроля

На практике восприятие удобства и оценка качества у руководства гостиницы, их персонала и гостя – разные. Для поддержания общих условий используются официальные документы:

регламент власти и обязанностей (кто и кому подчиняется, кто за что отвечает);

должностные инструкции для каждого обслуживающего цвета (для бармена это одни действия, для сотрудников ресепшен совершенно другие, для горничной — третьи);

стандарты и технические бумаги для соблюдения.

Каждый сотрудник отеля должен подписать «свои» инструкции и обязанности. Так дисциплина будет четче, задачи для персонала яснее.

Для поддержания обслуживания в гостинице на должном уровне рекомендуется вводить систему штрафов за нарушения и поощрения за успехи.

Так учитываются интересы всех заинтересованных сторон.

Составляющие оценки от постояльцев.

Каждый человек воспринимает окружающую его обстановку индивидуально. Но, можно выделить общие факторы на основе отзывов постояльцев отелей (рис.5):

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016) "О защите прав потребителей"
2. Федеральный Закон РФ от 10.06.1993 № 5151-1 "О сертификации продукции и услуг"
3. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации"
4. ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003). Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов
5. Международный стандарт ISO 9004-2000
6. Артемова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма. – СПб.: Питер, 2016. – 336 с.
7. Бариленко В. И. и др. Основы бизнес – анализа: учебное пособие. / под ред. В. И. Бариленко. — М.: КНОРУС, 2014. — 272 с.
8. Бердников В. Основы бизнес – анализа. – М.: КНОРУС, 2014. – 495 с.
9. Брашнов Д.Г. Основы индустрии гостеприимства. – М.: МПСУ, 2014. – 371 с.

10. Брашнов Д.Г. Экономика гостиничного бизнеса. – М.: Инфра-М, 2013. – 498 с.
11. Гиссин В.И. Управление качеством продукции. – СПб.: Питер, 2015. – 309 с.
12. Дементьева С.В. Отельный менеджмент. - Ольборг: Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета, 2015. - 160 с.
13. Елиферов В.Г. Бизнес – процессы: регламентация и управление. – М.: Дашков и К, 2014. – 386 с.
14. Елканова Е.И. Основы индустрии гостеприимства. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 248 с.
15. Кишкель Е.Н. Основы управленческой деятельности. - М.: Инфра-М, 2015. - 504 с.
16. Кусков А.Д. Гостиничное дело. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 557 с.
17. Магер В.Е. Управление качеством. – М.: Инфра-М, 2016. – 176 с.
18. Матрос Д.Ш. Менеджмент качества на основе стандартов серии ГОСТ Р ИСО 9000-2001, новых информационных технологий и образовательного мониторинга// ЦПО. 2012. – 132 с.
19. Медлик С. Гостиничный бизнес. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 404 с.
20. Михеева Е.Н. Управление качеством. – М.: Дашков и К, 2015. – 532 с.
21. Нечаев Е.И. Организация производства и предпринимательской деятельности. – Краснодар: КубГАУ, 2017. – 266 с.
22. Пузанков Д.В. Методические рекомендации по применению стандартов серии ГОСТ Р ИСО 9000-2001// СПбГУ ЛЭТИ, 2013. – 220 с.
23. Репин В.В. , Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 419 с.
24. Розенков Д.А. Классический менеджмент: организационные структуры управления. – М.: Кнорус, 2014. – 501 с.
25. Румянцева З.П. Общее управление организацией. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 302 с.
26. Салимова Т.А. Управление качеством. – М.: Омега-Л, 2015. – 414 с.
27. Туровец О.Г. Организация производства и управления предприятием. – М.: Инфра-М, 2015. – 508 с.
28. Фомичев А.Н. Исследование систем управления предприятием. – М.: Инфра-М, 2013. – 348 с.
29. Фрейдина Е.В. Управление качеством. – М.: Омега-Л, 2017. – 189 с.
30. Швандар В.А. Стандартизация и управление качеством продукции. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 484 с.
31. Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 382 с.
32. Kaplan, R. S., Norton, D. P.: Balanced scorecard, Moscow: Olymp-Business, 2018.
33. Kaplan, R. S., Norton, D. P.: Organization focused on strategy. Moscow: Olymp-Business, 2017.
34. Mescon, M. H. albert, M. Hedourin, F. Fundamentals of management: TRANS. -M.: Delo, 2018.-704 p.
35. Thomson, A. A., Strickland, A. J. Strategic management: concepts and situations for analysis, 12 ed.-M: Publishing house "Williams", 2018. - 928 p.
36. Howard, K., Korotkov E. Principles of management (Management in the system of civilized entrepreneurship): Textbook. - Moscow: INFRA-M, 2015.-224 p.
37. система отелей по всему миру [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.booking.com/>
38. портал гостиничного бизнеса [Электронный ресурс]. – URL: <http://prohotel.ru/>
39. книги по гостиничному делу и туризму [Электронный ресурс]. – URL: <http://tourlib.net/>
40. управление качеством [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.prostokachestvo.ru/>
41. управление предприятием [Электронный ресурс]. – URL: <http://consulting.1c.ru>
42. библиотека по менеджменту [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.inventech.ru>
43. институт управления бизнесом [Электронный ресурс]. – URL: <http://investobserver.info>
44. институт менеджмента, инноваций и бизнес – анализа [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.refa.de/home>
45. корпоративный менеджмент <http://www.cfin.ru/>
46. Материалы отеля Марриотт Роял Аврора

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/106737>