

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://studservis.ru/referat/115665>

Тип работы: Реферат

Предмет: Управление качеством

Введение.....	3
Глава 1 Теоретические аспекты систем качества в гостиничном и ресторанном бизнесе.....	4
1.1 Основные понятия качества в гостинично-ресторанных предприятиях.....	4
1.2 Факторы, влияющие на качество обслуживания в гостинично-ресторанных предприятиях.....	7
Глава 2 Специфика управления качеством в гостиничном и ресторанном бизнесе.....	11
2.1 Роль стандартов обслуживания в гостинично-ресторанном бизнесе.....	11
2.2 Стандартизация в управлении качеством услуг.....	16
Заключение.....	20
Список литературы.....	21

Введение

Сегодня сфера гостеприимства и ресторанного сервиса развивается высокими темпами, растет количество как сетевых, крупных предприятий, так и небольших. Каждый из них берется за каждого клиента, преподнося уникальные услуги и высокий уровень обслуживания. Цель каждого отеля удержать клиента, чтобы именно он принес дополнительную прибыль. Для этого необходимо задействовать все протекающие процессы в бизнес-системе. Кроме того, неоспоримым фактором выбора того или иного ресторано-гостиничного комплекса является система качества предприятия.

От качества предоставляемых услуг зависит то, насколько высока вероятность, что клиент вернется вновь и посоветует комплекс своим коллегам и знакомым. Вследствие чего, в настоящее время в сфере гостеприимства возникает высокий интерес к научным и практическим проблемам обеспечения высокого качества обслуживания клиентов.

Таким образом, необходимо выяснить, в чем именно заключается процесс построения системы качества в гостинично-ресторанных предприятиях и какие ключевые элементы могут повлиять на совершенствование его качества.

Цель работы: на базе изучения теоретических и практических аспектов и анализа ресторано-гостиничных предприятий, выявить теоретическую составляющую понятия «система качества» и разобрать ее спецификацию.

Для осуществления поставленной цели предстоит решить следующие задачи:

1. Изучить основные понятия качества в гостинично-ресторанных предприятиях.
2. Проанализировать основные факторы, влияющие на систему качества в гостинично-ресторанных предприятиях.
3. Выявить ключевую значимость системы стандартизации.

Глава 1 Теоретические аспекты систем качества в гостиничном и ресторанном бизнесе

1.1 Основные понятия качества в гостинично-ресторанных предприятиях

3

В процессе управления качеством на предприятии разрабатывается специальная политика качества, ставятся стратегические и тактические цели,

определяются исполнители.

Под качеством услуги понимается степень соответствия ее характеристик и свойств ожиданиям потребителя с учетом цены, которую он готов заплатить. Также понятия «качество» определяется как правильное определение чего требуется клиенту. Важным здесь является сама концепция. Согласно которой необходимо предоставить те услуги, которые будут соответствовать потребностям гостей.

Качество – это не только соответствие услуг потребностям клиента, но и это комплекс всех элементов системы обслуживания. В систему входит удобство клиентов, хорошие межличностные отношения персонала и клиентоориентированность всего персонала гостиницы или ресторана. Качество – это также постоянство. Качественными называются услуги, которые поддерживают свой уровень долгое время, так как у гостей, которые ни первый раз посещают одни и те же гостинично-ресторанные комплексы, вырабатываются определённые ожидания.

Таким образом, выработка системы управления качеством, имеющую цель постоянное повышение качества – это долгосрочный вклад, основанный на обеспечении верности клиентуры путем удовлетворения ее потребностей. Вклад заключается в удержании клиентов, формирование базы преданных клиентов, в сокращении затрат на маркетинг и тем самым увеличивает рентабельность предприятия.

Система управления качеством на предприятии вырабатывается на основе анализа внутренней и внешней среды организации, после чего определяются ключевые элементы стандартов обслуживания.

Стандарты обслуживания – это критерии, которые необходимы для обеспечения достаточной эффективности системы управления качеством. Стандарты обслуживания представляются собой комплекс процедур и ежедневных операций, которые выполняются персоналом и способствуют максимально возможному удовлетворению клиентов.

Главными принципами при разработке стандартов обслуживания являются следующие аспекты:

- точность, их измеримость, ясность;
- соответствуют мнениям и взглядам клиентов;
- достижимость в исполнении;
- быть ориентированными под изменчивую среду рынка;

4

- готовность к дополнительным расходам;
- их целесообразность должна быть понятна для всего персонала предприятия;
- формирование стандартов должно отвечать на потребности организации, находившейся на определенном пути развития.

Для управления качеством услуг используют комплекс экономических, организационных, технологических, социально-психологических, экспертных методов управления качеством.

Еще одним из важных аспектов в системе управления качеством является стандартизация. Под стандартизацией понимается деятельность по созданию норм, отвечающие на условия рациональности. Затем, эти нормы закрепляются в нормативных документах, к примеру, в стандартах, инструкциях, методик и требований к разработке продукции или оказании услуг. Таким образом, стандартизация представляет собой комплекс средств, которые устанавливают соответствующие стандарты.

По определению международной организации по стандартизации (ИСО), стандартизация – это установление и применение правил с целью упорядочения деятельности в определенных областях на пользу и при участии всех заинтересованных сторон, в частности для достижения всеобщей оптимальной

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями на 28 декабря 2016 года) – статья 1.
2. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. -- М.: Аспект Пресс, 2014. - 318 с.
3. Агарков, А.П. Управление качеством: Учебник для бакалавров / А.П. Агарков. – М.: Дашков и К, 2015. – 208 с.
4. Бородина В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес. - М.: Книжный мир, 2016. - 318 с.
5. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. -- Ростов н/Д: Феникс, 2014. - 352 с.
6. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. - М.: Академия, 2015. - 347 с.
- 5
7. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. – 316 с.
8. Зубец А.Н. Маркетинг на финансовых рынках. Поведение потребителей / А.Н. Зубец. - М.: Приор, 2014. – 176 с.
9. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы; Питер - Москва, 2014. – 512 с.
10. Карандышев В.В. Нормативно-правовые основы гостиничного дела. - М.: Юрист, 2015. - 149 с.
11. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность. - М.: ИКЦ "МарТ", 2016. - 256 с.
12. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие. - СПб.: "Издательский дом Герда", 2014. - 320 с.
13. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма: учебник, 2009.
14. Сенин В. С., Денисенко А. В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения. – М. : Финансы и статистика, 2014

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/referat/115665>