

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/251880>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Гостиничное дело

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ГОСТЕЙ В ГОСТИНИЧНОМ СЕРВИСЕ 5

1.1. Понятие и сущность гостиничного сервиса 6

1.2. Основные виды гостиничных услуг, методы контроля качества 13

1.3. Современные направления развития дополнительных услуг в гостиничном сервисе 23

2. АНАЛИЗ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ ГОСТЕЙ В ООО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС ЭДЕМ» ЗА 2019-2021 гг. 28

2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Гостиничный комплекс Эдем» за 2019-2021 гг. 28

2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Гостиничный комплекс Эдем» за 2019-2021 гг. 32

2.3. Оценка качества дополнительных услуг и их влияния на организацию обслуживания гостей в процессе проживания в ООО «Гостиничный комплекс Эдем» за 2019-2021 гг. 36

3. РАЗРАБОТКА КАРТ ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ ГОСТЕЙ В ПРОЦЕССЕ ПРОЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ «ЭДЕМ» 43

3.1. Разработка карт лояльности для обслуживания гостей в процессе проживания в гостинице «Эдем» 43

3.2. План реализации карт лояльности в гостинице «Эдем» 47

3.3. Оценка эффективности предложенных мероприятий 52

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 55

Список использованной литературы 60

ВВЕДЕНИЕ

Эффективность функционирования и прибыльность деятельности любой гостиницы в современных рыночных условиях тесно связаны с качеством предоставления гостиничных услуг и обслуживанием своих посетителей.

Актуальность темы дипломной работы заключается в том, что анализ качества гостиничных услуг в соответствии с различными типологиями является главным фактором успеха деятельности гостиницы. Использование дополнительных гостиничных услуг сегодня достаточно распространено для повышения уровня гостиничного обслуживания различных современных предприятий.

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.

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 отеля и уровня конкурентной среды в заданном регионе, этот сервис может быть как абсолютно бесплатным, так и за дополнительную плату.

Список дополнительных отельных услуг может варьироваться и выбирается руководителями по собственному усмотрению. К тому же часть услуг может быть платной или бесплатной в зависимости от того, какие цели ставит перед собой отель.

Основные критерии организации дополнительных услуг в отеле включают в себя:

- Оправданность
- Внешние и внутренние условия
- Ресурсы
- Грамотное руководство.

Кроме этого, организация дополнительных услуг предполагает точное понимание смысла их внедрения в отеле. Например, это может быть получение дополнительной прибыли или формирование лояльности клиентов с помощью специальных программ лояльности.

Дополнительные услуги, которые формируют лояльность клиентов, обычно предоставляются без дополнительной платы.

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.

Объект работы – обслуживание гостей гостиницы в процессе проживания.

Предмет – дополнительные услуги в гостиничном сервисе.

Цель работы заключается в комплексном анализе основ оценки гостиничного обслуживания клиентов в гостинице «Эдем» и разработке новой дополнительной услуги с целью роста числа клиентов гостиницы. В связи с этой целью ставится ряд задач:

- изучить теоретические основы гостиничного сервиса
- проанализировать инструменты обслуживания в гостинице
- классифицировать основные и дополнительные гостиничные услуги
- дать характеристику деятельности гостиницы «Эдем»
- исследовать систему обслуживания в гостинице
- проанализировать предоставляемые услуги
- разработать мероприятия для их повышения в дальнейшем
- оценить эффективность предложенных мероприятий.

Методы исследования: анализ, синтез, сравнение.

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

Степень разработанности темы. Данная тема хорошо изучена в таких трудах, как Артемова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма, Брашнов Д.Г. Основы индустрии гостеприимства, Брашнов Д.Г. Экономика гостиничного бизнеса, Дементьева С.В. Отельный менеджмент, Елканова Е.И. Основы индустрии гостеприимства, Кусков А.Д. Гостиничное дело, Медлик С. Гостиничный бизнес, Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства.

Практическая значимость работы заключается в разработке дополнительной услуги в отеле «Эдем» с целью повышения качества обслуживания.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты обслуживания в гостиничном сервисе.

Во второй главе дается анализ гостиничных услуг в отеле «Эдем».

В третьей главе разрабатывается дополнительная услуга и оценивается эффективность ее внедрения на предприятии.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ГОСТЕЙ В ГОСТИНИЧНОМ СЕРВИСЕ

1.1. Понятие и сущность гостиничного сервиса

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 :

- 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.

Рисунок 1.1 – 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).

В состав системы гостиницы входят :

- 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.

Приведем несколько определений авторов относительно сущности гостиничного сервиса.

А.С.Кусков дает такое определение гостиничной услуги: услуга - это организованное взаимодействие гостя и персонала гостиницы, непрерывно воздействующее на гостя в течение времени .

Гостиничный сервис, по мнению Елкановой Е.И., – это определенный набор услуг для обеспечения высокого уровня комфорта, обслуживания и пребывания клиентов на территории отеля .

Яковлев Г.А. считает, что гостиничный сервис - это набор услуг, позволяющий удовлетворить различные запросы со стороны клиентов .

Также по определению Артемовой Е.Н. гостиничный сервис - это процесс оказания услуг, связанный с взаимодействием клиента с отелем. Он подчиняется таким факторам, как технология предоставления услуг, стандарты, процедуры предоставления услуг .

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 :

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

Услуга определяется как «действия по оказанию помощи или выполнению работы для кого-либо», поэтому услуга является основой индустрии гостеприимства. Услуги, которые оказывают своим гостям как отельер,

распространяются на множество различных областей. От индивидуального обслуживания, которое обеспечивает прямое взаимодействие между гостями и отелями, а также материального обслуживания, которое хорошо видно вашим гостям – уборка, опрятность, правильные вывески и информация. Обслуживание также распространяется на все системы, которые находятся за кулисами, чтобы обеспечить бесперебойную и эффективную работу отеля для гостей. Системное обслуживание можно отнести к таким областям, как отслеживание уборки, проверка того, что они правильно убрали комнаты и наполнили мини-бар, или чтобы ресторан знал, у кого из гостей аллергия, или чтобы стойка регистрации могла легко найти заказы. Системное обслуживание зависит от многих автоматических и ручных действий и сильно влияет как на личное, так и на материальное обслуживание. Когда все работает слаженно, это дает сотрудникам оптимальную возможность выполнять свою работу еще лучше.

Управление отелем — это большой бизнес со множеством движущихся частей, поэтому внутренняя коммуникация играет ключевую роль в обеспечении первоклассного обслуживания. Хорошие системы обслуживания создают отличный поток не только внутренней, но и внешней коммуникации, что, в свою очередь, обеспечивает беспрепятственный и приятный опыт для гостей.

Выбирая системы обслуживания, которые оптимально подходят для бизнеса, создается прочная основа для своего отеля, что ведет к повышению лояльности и удовлетворенности сотрудников и гостей.

Есть разные причины, по которым гости останавливаются в отеле. В конечном счете, это зависит от различных типов услуг в гостиничном бизнесе, которые предлагаются. Некоторые люди будут искать удобные кровати, другие — вкусную еду. Но они также будут смотреть на то, как обращаются со своими гостями.

Выделим основные причины, по которым гости могут останавливаться в отеле :

1. Персонализированные приветствия. Все любят персонализацию, будь то покупка в Интернете или регистрация в отеле. Таким образом можно приветствовать не только своих гостей, но и когда они идут на ужин или обед. Это был бы отличный жест, и он заставит гостя почувствовать себя ценным.
2. Рабочее пространство. Многие люди работают фрилансерами, и многие работают виртуально. Работа на дому и ее преимущества сейчас в тренде, и некоторым людям может потребоваться проверить свою электронную почту, провести презентацию или позвонить в любое время. Таким образом, клиентам и гостям может быть очень полезно, если в их комнате есть ноутбук, принтер, факс и тому подобное. Если нет возможности разместить все это в помещении, можно выделить для них определенную рабочую зону с высокоскоростным интернетом и вышеперечисленной техникой.
3. Чтобы быть конкурентоспособным со спросом, отель всегда может предложить более низкие цены. Может предложить экскурсии в музеи, художественные галереи и культурные места. Если все сделано правильно, эта услуга может изменить правила игры для отеля и гостей.
4. Услуги по организации мероприятий. Многие компании ищут отели для проведения своих мероприятий и официальных встреч. Можно настроить это пространство и быть готовым выполнять все свои обязанности, предоставлять своим сотрудникам помощь организации и выполнять любые другие требования, которые у них есть. Можно связаться с местными организаторами мероприятий, которые могут легко предоставить все настройки, необходимые для проведения мероприятия.
5. Бесплатные варианты путешествий. Аренда автомобиля во время путешествия может стать настоящей проблемой. Мало того, что люди не хотят иметь дело с документами, когда они путешествуют, но стоимость также может быть запредельной и вне диапазона для них. Тем не менее, некоторые гости и клиенты любят путешествовать по городу в одиночку и часто хотят иметь автомобиль или велосипед для передвижения. Чтобы предоставить это удобство потенциальному гостю, можно сотрудничать с местными пунктами проката автомобилей, чтобы облегчить этот процесс.
6. Личное спортивное оборудование. В отелях обычно есть тренажерные залы и зоны для занятий физкультурой. Однако не всем нравится делить пространство. Тем не менее, можно привлечь больше гостей, если есть личное спортивное оборудование по требованию.

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 отель должен предоставлять. Однако каждому понятно, что если отель будет предоставлять лишь это, его рейтинг будет оставлять желать лучшего. В условиях жестокой 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.

Гостиничные услуги, их количество и количество занятых в них людей зависит от размеров отеля, а также от его статуса. Как правило, к основным гостиничным услугам относятся прием гостей, обслуживание номеров, питание, в том числе в ресторанах отеля, и охрана. Иногда в небольших гостиницах обязанности охранника, повара и уборщицы выполняет сам хозяин. Прочие услуги, предлагаемые гостям отеля, могут рассматриваться как бонусы. Это прачечная, массажный кабинет, фитнес-залы, конференц-залы, сейфовые ячейки для ценных вещей и многое другое. Эти услуги могут быть включены в стоимость номера или оплачиваться отдельно.

В гостиничном бизнесе главное – обеспечить эффективное преобразование сервисного потока, который в целях максимальной загрузки гостиничных мощностей и полного удовлетворение 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.

Список использованной литературы

1. О защите прав потребителей: Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016)
2. О сертификации продукции и услуг: Федеральный Закон РФ от 10.06.1993 № 5151-1
3. Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации: Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085
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/ Е.Н.Артемова. – СПб.: Питер, 2016. – 336 с. – Текст: непосредственный.
7. Бариленко, В.И. Основы бизнес — анализа: учебное пособие / В. И. Бариленко. — М.: КНОРУС, 2018. — 272 с. – Текст: непосредственный.
8. Бердников, В. Основы бизнес – анализа/ В.Бердников. – М.: КНОРУС, 2018. – 495 с. – Текст: непосредственный.
9. Брашнов, Д.Г. Основы индустрии гостеприимства/ Д.Г.Брашнов. – М.: МПСУ, 2019. – 371 с. – Текст: непосредственный.
10. Брашнов, Д.Г. Экономика гостиничного бизнеса/ Д.Г.Брашнов. – М.: Инфра-М, 2017. – 498 с. – Текст: непосредственный.
11. Гиссин, В.И. Управление качеством продукции/ В.И.Гиссин. – СПб.: Питер, 2018. – 309 с. – Текст: непосредственный.
12. Дементьева, С.В. Отельный менеджмент/ С.В.Дементьева. – Ольборг: Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета, 2018. – 160 с. – Текст: непосредственный.
13. Елиферов, В.Г. Бизнес – процессы: регламентация и управление/ В.Г.Елиферов. – М.: Дашков и К, 2019. – 386 с. – Текст: непосредственный.
14. Елканова, Е.И. Основы индустрии гостеприимства/ Е.И.Елканова. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 248 с. – Текст: непосредственный.
15. Кишкель, Е.Н. Основы управленческой деятельности/ Е.Н.Кишкель. – М.: Инфра-М, 2018. – 504 с. – Текст: непосредственный.
16. Кусков, А.Д. Гостиничное дело/ А.Д.Кусков. – М.: Дашков и Ко, 2019. – 557 с. – Текст: непосредственный.
17. Магер, В.Е. Управление качеством/ В.Е.Магер. – М.: Инфра-М, 2016. – 176 с. – Текст: непосредственный.
18. Матрос, Д.Ш. Менеджмент качества на основе стандартов серии ГОСТ Р ИСО 9000-2001, новых информационных технологий и образовательного мониторинга/ Д.Ш.Матрос// ЦПО. - 2019. – 132 с. – Текст: непосредственный.
19. Медлик, С. Гостиничный бизнес/ С.Медлик. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 404 с. – Текст: непосредственный.
20. Михеева, Е.Н. Управление качеством/ Е.Н.Михеева. – М.: Дашков и К, 2019. – 532 с. – Текст:

непосредственный.

21. Нечаев, Е.И. Организация производства и предпринимательской деятельности/ Е.И.Нечаев. – Краснодар: КубГАУ, 2017. – 266 с. – Текст: непосредственный.
22. Пузанков, Д.В. Методические рекомендации по применению стандартов серии ГОСТ Р ИСО 9000-2001/Д.В.Пузанков// СПбГУ ЛЭТИ, 2017. – 220 с. – Текст: непосредственный.
23. Репин, В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов/ В.В.Репин. – М.: Юнити-Дана, 2018. – 419 с. – Текст: непосредственный.
24. Розенков, Д.А. Классический менеджмент: организационные структуры управления/ Д.А.Розенков. – М.: Кнорус, 2018. – 501 с. – Текст: непосредственный.
25. Румянцева, З.П. Общее управление организацией/ З.П.Румянцева. – М.: Юнити-Дана, 2018. – 302 с. – Текст: непосредственный.
26. Туровец, О.Г. Организация производства и управления предприятием/ О.Г.Туровец. – М.: Инфра-М, 2019. – 508 с. – Текст: непосредственный.
27. Фомичев, А.Н. Исследование систем управления предприятием/ А.Н.Фомичев. – М.: Инфра-М, 2019. – 348 с. – Текст: непосредственный.
28. Яковлев, Г.А. Экономика гостиничного хозяйства/ Г.А.Яковлев. – М.: Юнити-Дана, 2019. – 382 с. – Текст: непосредственный.
29. система отелей по всему миру [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.booking.com/> (дата обращения: 12.05.2022)
30. портал гостиничного бизнеса. URL: <http://prohotel.ru/> (дата обращения: 22.05.2022)
31. книги по гостиничному делу и туризму. URL: <http://tourlib.net/>(дата обращения: 8.05.2022)
32. управление предприятием. URL: <http://consulting.1c.ru>(дата обращения: 12.05.2022)
33. библиотека по менеджменту. URL: <http://www.inventech.ru>(дата обращения: 19.05.2022)
34. институт управления бизнесом. URL: <http://investobserver.info>(дата обращения: 22.05.2022)
35. институт менеджмента, инноваций и бизнес – анализа. URL: <http://www.refa.de/home>(дата обращения: 27.05.2022)
36. Корпоративный менеджмент. URL: <http://www.cfin.ru/>(дата обращения: 17.05.2022)

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/251880>