

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/341642>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Гостиничное дело

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

Глава 1. Теоретические аспекты разработки стандартов обслуживания клиентов 5

1.1 Влияние стандартов на конкурентоспособность предприятий сферы услуг 5

1.2 Основные виды и характеристика профессиональных стандартов обслуживания 14

1.3 Особенности внедрения стандартов 19

Глава 2. Разработка стандартов обслуживания для предприятия сферы услуг (на примере отеля "IBIS Москва Павелецкая") 23

2.1 Характеристика отеля "IBIS Москва Павелецкая" 23

2.2 Анализ качества гостиничных услуг 33

2.3 Разработка стандартов для отеля "IBIS Москва Павелецкая" 39

Заключение 66

Список использованных источников 69

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время происходит достаточно бурное развитие индустрии социально-культурного сервиса. К заведениям социально-культурного сервиса можно отнести: отели и рестораны различной категории. С увеличением количества подобных заведений, происходит увеличение конкуренции. В связи с этим возникает потребность в улучшении качества предоставляемых услуг, введении инновации.

Работа персонала - это один из важнейших качественных показателей работы предприятия. Именно от персонала во многом зависит общее впечатление от заведения, и тот факт вернутся в него гости снова или нет. Причем важно подчеркнуть, что в сфере социально-культурного сервиса важна работа каждого сотрудника, начиная от руководителя и заканчивая сотрудником гардероба.

Актуальность разработки стандартов обслуживания для предприятия сферы услуг, а в частности для сотрудников гостиницы определяется тем, что гостиничный бизнес, относящийся к сфере гостеприимства, предоставляет услугу, которую в отличие от услуг в других сферах, потребителям труднее оценить по критерию качества до того, как будет завершено обслуживание или решена возникшая проблема. Именно благодаря стандартам обслуживания будет предоставлен качественный сервис и клиенты, будут возвращаться в гостиницу.

Объект исследования - отель "IBIS Москва Павелецкая".

Предмет исследования - стандарты обслуживания в отеле "IBIS Москва Павелецкая".

Цель исследования - изучить роль стандартов обслуживания и разработать стандарты обслуживания для отеля "IBIS Москва Павелецкая".

В соответствии с целью исследования были определены следующие задачи:

1. Рассмотреть влияние стандартов на конкурентоспособность предприятий сферы услуг.
2. Изучить основные виды и характеристики стандартов обслуживания.
3. Изучить особенность внедрения стандартов обслуживания.
4. Охарактеризовать отель "IBIS Москва Павелецкая".
5. Провести анализ качества гостиничных услуг.
6. Разработать стандарты для отеля "IBIS Москва Павелецкая".

Практическая значимость работы. Результаты и материалы работы могут быть использованы предпринимателями в сфере гостеприимства.

При написании ВКР была использована следующая литература: учебники и учебные пособия по деятельности гостиничных предприятий и индустрии гостеприимства, а также материалы периодической печати и информация со специализированных Интернет-ресурсов.

При написании работы были использованы следующие методы: метод анализа, системный подход, метод индукции, метод наблюдения, метод абстрагирования.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ СТАНДАРТОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

1.1 Влияние стандартов на конкурентоспособность предприятий сферы услуг

Вопрос качества играет немаловажную роль в потреблении гостиничных услуг, как для предприятия, так и для клиентов. Высокий уровень обслуживания гарантирует предприятию его конкурентные преимущества на рынке гостиничных услуг. Основная задача, которая стоит перед любым гостиничным предприятием, это предоставление и поддержание качества услуг на должном уровне в соответствии с мировыми стандартами.

У понятия «качество» имеется очень большое количество различных трактовок, а также оно является довольно субъективным, что позволяет нам взглянуть на него под разными углами.

Качество — это объективно существенная совокупность свойств и характеристик услуги, которая определяет их как таковыми и отличает от других. Качество гостиничного обслуживания определяется как характеристики и характерные черты гостиничных услуг, которые увеличивают чувство удовлетворенности потребителей.

Качество услуг гостиничного обслуживания является верно определенными потребностями потенциальных гостей. В этом случае принимается во внимание концепция предоставления гостиничных услуг, соответствующих потребностям и нуждам потенциального гостя предприятия. Это должно быть полностью соответствующее потребностям потенциальных клиентов техническим аспектам, а также вся система сервиса должна была быть спроектирована таким образом, чтобы предоставлять гостям предприятия удобство, а также немаловажно и хорошее взаимодействие персонала. В данном смысле качество можно понять как основу компетенции сотрудников предприятия.

Согласно следующим стандартам ГОСТ Р 56564-2015 «Система подтверждения качества Российской продукции», ГОСТ Р ИСО 9000-2015 «Система менеджмента качества», термин «качество» означает: Степень соответствия совокупности присущих характеристик требованиям.

Качество является особенностью предоставляемой услуги, вызывающей у потребителя чувство удовлетворения, отсутствия каких-либо недостатков, усиливающих удовлетворенность.

Качество услуг - можно назвать набор функций услуг, которые определяют его способности удовлетворять потребности потенциальных потребителей.

Качество обслуживания — это набор характеристик процесса и условий обслуживания, которые гарантируют удовлетворение возникающих потребностей потребителей.

Управление качеством обслуживания - можно назвать оценку качества оказываемых услуг, сравнение их со стандартами обслуживания. регулирование услуг в зависимости от качества оказания услуг и изменений индивидуальных желаний клиентов.

Перед гостиничным предприятием стоит задача предоставления и поддержания качественного обслуживания на надлежащем уровне, своевременное устранение недостатков, разработка стратегии улучшения качества обслуживания на предприятии. Основываясь на практике, можно с уверенностью сказать, что клиент вернется повторно за услугой только при условии, если при первом посещении его потребности были полностью удовлетворены и предоставлена качественная услуга. К первому посещению клиента можно завлечь при помощи рекламы или эксклюзивного интерьера, но возвращается он за повторной услугой благодаря профессионализму персонала и качественному обслуживанию, которые были

предоставлены ему при первом посещении.

Качество – это правильное оказание услуг. Это сочетает две концепции - предоставляемая услуга должна не только отвечать потребностям потребителя по техническому аспекту, но и вся система сервиса должна сконструироваться так, чтобы обеспечить комфорт гостей, а также хорошее межличностное взаимодействие персонала в целях обеспечения хороших межличностных отношений. В этом смысле качество является основой компетентности..

Качество — это постоянство. В данном случае имеется в виду необходимость обеспечивать продукт услуги на одном и том же уровне огромное количество раз. «Непостоянство - бич гостиничной индустрии».

От качества обслуживания в индустрии гостеприимства зависят такие немаловажные факторы как доход и конкурентоспособность предприятий на рынке сервисных услуг. В некоторых компаниях качество обслуживания это всего лишь соответствие установленным мировым стандартам и нормам, но руководству предприятия и персоналу в целом стоит понимать, тот факт, что не всегда соответствие стандартам и нормам является показателем высокого уровня качества. Одной из главных особенностей предоставления услуг является то, что качество обслуживания меняется по мере изменения потребностей потребителя сервисных услуг. Основной задачей любого сервисного предприятия заключается в разработке таких предложений для своих клиентов, которые при необходимости можно в любой момент быстро трансформировать или кардинально изменить, а не только в том, чтобы выделить свои услуги лучше, чем конкуренты.

Качество услуг обуславливается их потребительскими свойствами и также считается наиболее непростой категорией, нежели свойство продуктов, так как потребитель воспринимает не только лишь итог обслуживание, но и во многих случаях является участником ее оказания. Помимо этого, большая часть товаров считаются стандартными и рассчитаны на стандартные условия пользования, а услуга оказывается персонально с учетом индивидуальной потребности потребителя.

Каждый гостиничный бизнес, оказывающий обслуживание на высшем уровне по сравнению с другими компаниями, обладает большим достоинством в том, что увеличивает уровень конкурентоспособности гостиницы на гостиничном рынке, а также одобрение общественного мнения о гостинице может существенно помочь сбережению высококвалифицированных работников. Для всех этих факторов, без исключения, требуется постоянное формирование и постоянное улучшение системы менеджмента качества, соответствующей современным требованиям, условиям и стандартам интернациональных, отечественных качественных стандартов.

Если считать, что воспринимаемое клиентом качество услуга имеет колоссальное значение, то в таком случае гостиницам следует стремиться к внедрению конкретных показателей, которые помогали бы оценивать не только лишь непосредственно сам процесс обслуживания, но и оказание влияния на него.

Качество обслуживания можно разделить на три элемента:

- Качество работы персонала - внешний вид, манера общения, дружелюбность, профессионализм, компетентность.
- Качество работы гостиницы - внешние особенности; организация работы; обстановка и внутренний интерьер.
- Соответствие качества и стоимости предоставляемых услуг.

Существует две группы факторов, оказывающих колоссальное влияние на качество обслуживания клиентов:

1. Факторы, установленные в нормативных документах;
2. Факторы, установленных норм предъявляемые самими потребителями.

К первой группе факторов можно отнести такие нормативные документы, в которых прописаны требования, установленные для качественного обслуживания гостей, по которым будет оцениваться выполнения данных требований. Данные требования обязана выполнять любая гостиница, если хочет быть классифицирована по принятой в РФ звездной системе.

Для второго фактора свойственно оценивание качества обслуживания потребителей по уровню комфорта проживания.

Опираясь на все вышеперечисленное, можно дать подробное определение понятию «качество» в гостиничном предприятии. Качество — это грамотно определенные потребности клиентов. Здесь берется во внимание концепция, в соответствии с которой необходимо предоставлять продукты услуги, надлежащие потребностям гостей. В случае если у клиента есть потребность оформлять выезд, не выходя из номера, следует ему обеспечить данную услугу в надлежащем виде, чтобы гость остался удовлетворен от полученной услуги. В случае если конкуренты еще не предоставляют такого рода услуг, то в таком

случае у компании появляется возможность достичь преимущества, став первой на рынке. Именно в этом контексте качество формирует конкурентное преобладание.

Для повышения уровня качества сервисного обслуживания и увеличения эффективности деятельности предприятий индустрии гостиничного бизнеса специалисты рекомендуют (рис. 1.1):

Рисунок 1.1. Направления совершенствования качества гостиничных услуг

Говоря о государственных стандартах, можно сказать, что они также определяют уровень качества гостиничных услуг как совокупность их характеристик, определяемых способностью удовлетворять предусмотренные или предполагаемые потребности клиента. Еще одним типом качественного обслуживания является общественное (этическое) качество. Данное качество может быть оценено посетителем - потребителем гостиничных услуг, но четкие критерии его оценки отсутствуют.

В межгосударственном опыте по определению качества сервисного обслуживания на предприятии принято выделять два подхода: на основе оценки полезных характеристик процесса предоставления услуг и процесс обслуживания клиентов.

Согласно первому подходу критерия высокой оценки качества обслуживания клиентов на сервисных предприятиях, существуют необходимые свойства и особенности процесса предоставления услуг на сервисном предприятии, которые удовлетворяют потребности потенциального клиента.

Гостиничные предприятия контролируют качество предоставляемых сервисов в виде внутреннего и внутренней инспекции. Контроль за внешним контролем осуществляется с учетом установленных государством стандартов, выделенных в законодательной и нормативной базе, а также в международных нормах деятельности в области гостиничного сервиса. В соответствии с конкретным размером предусмотрены государственные стандарты, процесс осуществления стандартов в виде сертификации, лицензии. Такой контроль осуществляется негосударственными профильными организациями, союзами, ассоциациями, компаниями и компаниями, которые совместно сотрудничают с туристическими компаниями в разработке туристического и гостиничного товара. Большой внутренний контроль качества осуществляют потенциальные клиенты гостиничных бизнесов. В условиях монополистической конкуренции, борьба за клиентов между предприятиями сферы услуг становится всё более ужесточенной. Главным конкурентным преимуществом и отличительным параметром выступает уровень качества и культуры обслуживания, который может обеспечить надежный рынок услуг.

Культура обслуживания — это неотъемлемая часть общей культуры общества, и ее следует рассматривать как определенный уровень развития процесса обслуживания, получающий выражение в психологических, этических, эстетических, организационно-технических и других аспектах. Она вырабатывается каждым предприятием. Проявление высокой культуры обслуживания, определяется через поведение персонала, который четко знает, как действовать в любой ситуации, и что от него ждут покупатели, руководство.

Технология обслуживания на сервисных предприятиях включает совокупность стандартно-основных услуг с четкой очередностью предоставления, способами реагирования на непредвиденные ситуации, стиля общения с гостями и дисциплину.

Целью стандартов качества обслуживания является обеспечение предприятиям конкурентных преимуществ. Наличие стандартов гарантирует, то, что независимо от умений сотрудника клиент получит быстрое, правильное и грамотное обслуживание.

Конкурентное преимущество появляется благодаря стандартам, основанным на быстром и качественном обслуживании клиентов, которые предполагают индивидуальное решение проблем клиентов, выявление особых потребностей и подбор услуг в соответствии с ними.

Непосредственно стандарт качества обслуживания может быть образован из различных документов, в том числе:

1. Правил организации рабочего места.
2. Правил и технологии обслуживания покупателей.
3. Правил общения и поведения с покупателем.
4. Технологии действий работника в нестандартных ситуациях.
5. Правил трудовой дисциплины.
6. Требований к внешнему виду работника.
7. Организации размещения и выкладки товаров в торговом зале (мерчандайзинга) и др.

Задача стандарта - установить минимальные требования к качеству обслуживания клиентов в компании и

помочь сотрудникам с их соблюдением, чтобы, в конечном счете, обеспечить конкурентное преимущество на рынке. Стандарт должен описывать такой сервис, за который клиент будет готов заплатить.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Постановление Госкомстата РФ от 05.01.2004 № 1 'Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету труда и его оплаты // Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
2. ГОСТ Р 52113-2014. Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг. Дата введения 2016-01-01 / Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: [сайт]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200114171>.
3. ГОСТ Р 54603-2011. Общие требования к обслуживающему персоналу (переиздание). Дата введения 2013-01-01 / Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: [сайт]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200095096>.
4. ГОСТ Р 56564-2015. Система подтверждения качества Российской продукции (переиздание). Дата введения 2015-10-01 / Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: [сайт]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200124069>.
5. ГОСТ Р 59362-2021. Методика измерения качества услуг. Дата введения 2021-06-01 / Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: [сайт]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200178185>.
6. ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Система менеджмента качества. Дата введения 2015-11-01 / Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: [сайт]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200124393>.
7. Аносова, Т.Г., Танчев Ж. Технологии комфорта: учебное пособие. Екатеринбург: УрФУ, 2019. – 72 с.
8. Балашова, Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. – М.: ООО «Вершина», 2019. – 175 с.
9. Брашнов, С.Г., Мигунов Е.Б. Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие. 2-е изд., стер. Москва ФЛИНТА, 2019. - 218 с.
10. Вакуленко, Р.Я., Кочкурова Е.А. Управление гостиничным предприятием: учебное пособие. Москва: Логос, 2020. - 320 с.
11. Захаров, К.М. Речевая коммуникация в туризме учебное пособие. 2-е изд., стер. Москва: ФЛИНТА, 2019. - 211 с.
12. Исмаев, Д.К. Международное гостиничное хозяйство: по материалам зарубежных публикаций. Москва: ВШТГ, 2018. - 156 с.
13. Кабушин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебное пособие. Минск: Новое знание, 2018. - 180 с.
14. Кобяк, М.В., Скобкин С.С. Управление качеством в гостинице: Учебное пособие. Москва: Магистр, 2019. - 511с.
15. Колочева, Е.В. Стандартизация и сертификация в туризме и гостиничном хозяйстве: учебное пособие. Новосибирск: НГТУ, 2020. - 78 с.
16. Корнев, А.А. Гостиничная деятельность в туризме. Москва: Полюс, 2017. – 133 с.
17. Кошелева, Т.Н., Бирюкова А.В. Проектирование процесса оказания сервисных услуг на различных видах транспорта: учебное пособие. Санкт-Петербург: СПбГУ ГА, 2019. - 28 с.
18. Кудимова, М.В. Уважение к клиенту начинается с уважения к себе. Москва: Феникс, 2019. - 96 с.
19. Левшина, О.Н., Цветков А.А. Сервисная деятельность: учебное пособие. Санкт-Петербург: СПбГУ ГА, 2019. - 115 с.
20. Лесник, А.Л., Смирнова М.Н. Методика проведения маркетинговых исследований в гостиничном бизнесе. Москва: САС ПЛЮС, 2019. - 126 с.
21. Лесник, А.Л., Чернышев А.В. Практика маркетинга в гостиничном и ресторанном бизнесе. Москва: Товарищ, 2018. - 286 с.
22. Ляпина, И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. Москва: ПрофОбрИздат, 2018. - 187 с.
23. Маркова, О.П. Стандартизация и сертификация гостиниц. Тюмень: Тюменский Государственный Университет, 2020. - 55 с.
24. Маюрникова, Л.А., Крапива Т.В. Региональные особенности развития индустрии гостеприимства. Индивидуальные гастротуры. 1-е изд. Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 80 с.
25. Неретина, Т.Г. Основы сервисной деятельности: Учебное пособие. Москва: ФЛИНТА. - 2019. - 168 с.
26. Николенко, П.Г., Терехов А.М. Формирование клиентурных отношений в сфере сервиса: учебное пособие

для СПО. Санкт-Петербург: Лань, 2020. - 248 с.

27. Организация гостиничного бизнеса: учебное пособие / В.С. Варивода, Ю.М. Елфимова, К.Ю. Михайлова, Я.А. Карнаухова. Ставрополь: СтГАУ, 2020. - 167 с.
28. Организация работы АХС в гостинице: учебное пособие / Ю.М. Елфимова, А.Г. Иволга, З.С. Варивода, И.И. Рязанцев. Ставрополь: СтГАУ. 2021. - 79 с.
29. Охотина, Н.М. Сервисная деятельность: учебное пособие. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2019. - 116 с.
30. Охотина, Н. М. Сервисология: учебное пособие. - Йошкар-Ола: ПГТУ. 2019. - 116 с.
31. Пережогина, О.Н., Никонова Т.В. Экономика гостиничного предприятия: учебно-методическое пособие. - Казань: Поволжский ГУФКСИТ, 2020. - 48 с.
32. Полинский, А.С. Культурный туризм в современном мире: учебное пособие. - Омск: ОмГТУ, 2020. - 155 с.
33. Рождественская, Л.Н., Главчева С.И., Чередниченко Л.Е. Гостеприимство и сервис в индустрии питания: учебное пособие. Новосибирск НГТУ. - 2020. - 179 с.
34. Сафронова, Т.Н. Инновации в гостиничной деятельности: учебное пособие. Красноярск: СФУ, 2018. - 156 с.
35. Стандартизация и метрология: учебно-методическое пособие / Е.Л. Богданова, С.К. Лисин, К.А. Соловейчик, А.И. Федотов. - Санкт-Петербург: НИУ ИТМО, 2018. - 175 с.
36. Тимофеева, Е.С., Коломоец С.А. Проектирование гостиничной деятельности: учебное пособие. - Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2019. - 192 с.
37. Туризм и гостиничное дело: практикум: учебное пособие / Н.В. Анчукова, В.Н. Бараков. Т.А. Беляева [и др.]. Вологда: ВоГУ, 2019. - 120 с.
38. Чернов, Б.А. Системы классификации в индустрии гостеприимства: учебное пособие. - Хабаровск: ДВГУ ПС, 2019. - 147 с.
39. Чудновский, А.Д. Гостиничный и туристический бизнес: Учебное пособие. Москва: ЭКМОС, 2018. - 168 с.
40. Чудновский, А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство. Москва: ЭКМОС. 2019. - 197 с.
41. Шефер, Д.М., Пестов И.Е., Волкоганов В.Н. Сервисная деятельность: учебное пособие. - Санкт-Петербург: СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2019. - 94 с.
42. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебное пособие. Москва: ГНОМ-ПРЕСС, 2018. - 224 с.

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/341642>