

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/64984>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Гостиничное дело

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ И ПОДХОДОВ К РЕГУЛИРОВАНИЮ КАЧЕСТВА УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ 9

1.1. Понятие и сущность качества услуг в гостиничном предприятии 9

1.2. Методы контроля качества обслуживания в гостинице 15

1.3. Основные факторы обеспечения качества гостиничных услуг 22

2. МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ НА ПРИМЕРЕ БИЗНЕС-ОТЕЛЯ «АЭРОСТАТ» 30

2.1. Общая характеристика деятельности бизнес-отеля «Аэростат» 30

2.2. Анализ методов контроля качества предоставляемых гостиничных услуг в гостинице «Аэростар» 41

2.3. Разработка и оценка эффективности мероприятий по совершенствованию методов контроля и государственного регулирования качества услуг в бизнес-отеле «Аэростар» 50

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 60

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 64

ВВЕДЕНИЕ

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. 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.

Система управления развитием и качеством продукции и ресурсами предприятия включает в себя все цели, которые распределены между различными звеньями производства, а также их связи, обеспечивающие координацию отдельных действий по выполнению этих целей.

В соответствии со стандартом систем обеспечения качества ISO 9001:2015 качество представляет собой совокупность характеристик и свойств услуг, которые относятся к их способности удовлетворить устанавливаемые потребности.

Система менеджмента качества услуг имеет всегда определенную конкретную цель, выражающуюся обычно в достижении долгосрочного успеха фирмы посредством максимального удовлетворения имеющихся покупательских, потребительских запросов, а также запросов собственно сотрудников производства, его владельцев и общества в целом.

Также целью SMK можно назвать достижение соответствия полученных в результате работы результатов деятельности и внутриорганизационных процессов компании существующим потребностям настоящего и потенциального потребителя, всей организации, всего общества. Причем соответствие должно выражаться как по параметрам явных требований, так и других, подразумеваемых потребностей.

К методическим средствам SMK можно отнести, во-первых, средства, необходимые как для сбора, так и для предоставления всевозможных данных, во-вторых, методы статистической обработки данных, в-третьих, теория общего менеджмента и различные теории мотивации человека и межличностных отношений, в-четвертых, экономические расчеты, в-пятых, специальный системный анализ производства, в-шестых, управление предприятием с помощью планирования.

Система менеджмента качества ИСО 9000 (SMK) обладает своей структурой: сюда входят организация работы, документооборот, ресурсы и процессы. В основном все это нужно для отчетности перед государством. Если не вести отчетность, не платить налоги, то возникают проблемы взаимоотношений между государственными органами и предприятием. Разрешительная документация должна присутствовать в полном порядке и также содержать организационно-распорядительные инструкции для персонала предприятия о его структурных подразделениях.

Проблемы повышения качества гостиничных услуг являются одним из важнейших направлений совершенствования состояния современного бизнеса, в том числе в сфере общественного размещения и увеличения конкурентоспособности продукции и услуги.

Оценивает продукцию, в первую очередь, потребитель. Соответственно, качество выпускаемой продукции должно быть «на высоте» или максимально приближено к этому. Для достижения этой цели не надо проверять каждый товар в отдельности, нанимать персонал, который будет отслеживать качество - достаточно лишь четко настроить систему производства. Система должна работать всегда четко и бесперебойно (как и рабочий персонал, так и оборудование). Что же касается того, что качество продукции иногда падает: причины этого надо искать в неправильных действиях руководства предприятия и рабочего персонала. Для предотвращения подобного нужно разработать четкую инструкцию и для рабочих, и для руководителя предприятия. Государство должно обеспечивать контроль качества выпускаемой продукции. В случае выпуска брака, нужно запретить выпуск такой низкокачественной продукции.

В настоящее время наиболее актуальными являются внедрение международных аспектов управления качеством, в частности, сертификации системы управления качеством в соответствии с международными стандартами.

Эффективность функционирования и прибыльность деятельности любой гостиницы в современных рыночных условиях тесно связаны с качеством предоставления гостиничных услуг для своих посетителей. 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 анализ качества гостиничных услуг в соответствии с различными типологиями является главным фактором успеха деятельности гостиницы. Использование моделей оценки качества услуг сегодня достаточно распространено для оценки качества 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.

Современные предприятия во многом зависят от удовлетворения потребностей своих посетителей и, следовательно, должны принимать их запросы, выполняя всю совокупность требований к качеству и безопасности продукции. Благополучие таких организаций зависит от объемов реализации производимой ими продукции, которые в свою очередь зависят от соответствия этой продукции стандартам качества и ожиданиям потребителей. Ожидания потребителей связаны не только с качеством продукции как таковым, но и с ценой, условиями обслуживания и др. Поэтому стандарты ориентируют бизнес на осознание различных потребностей и ожиданий своих клиентов.

На гостиничных предприятиях должен существовать отдел, который непосредственно будет заниматься отслеживанием процессов системы качества и менеджмента, организацией деятельности всего предприятия в целом. Квалифицированные специалисты, которые обладают необходимыми знаниями в этой области, должны отслеживать все полномочия, обязанности и взаимоотношения на предприятии. Таким образом, политика и цели каждой гостиничной организации должны быть ответом на потребности и ожидания всех участвующих в процессе рыночного и социального взаимодействия заинтересованных сторон. При этом нужно учитывать, что каждый из вышеописанных пунктов будет ключевым для любой системы менеджмента качества, находящейся в непрерывном и постоянном циклическом процессе и взаимодействии на пути к предельно высокому возможному уровню качества.

Признаки системы менеджмента качества - это четкая постановка задач на гостиничном предприятии (структуризация); из этого вытекает, что существует жесткая взаимосвязь между звеньями цепи от постановки цели до конечного результата - качественного продукта, который производится предприятием. Объект работы - бизнес-отель «Аэростар».

Предмет работы - система менеджмента качества в бизнес-отеле «Аэростар».

Цель работы заключается в анализе методов контроля качества услуг в индустрии гостеприимства и оценки их эффективности на примере бизнес-отеля «Аэростар».

В связи с этой целью ставится ряд задач:

- рассмотреть теоретические основы управления качеством в гостиничном бизнесе,
- проанализировать основные методы обеспечения качества гостиничных услуг, методы контроля качества услуг,
- дать характеристику деятельности бизнес-отеля «Аэростар»,
- исследовать систему качества обслуживания в гостинице,
- разработать мероприятия для его повышения в дальнейшем.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

В первой главе рассматриваются теоретические основы менеджмента качества услуг.

Во второй главе проводится анализ управления качеством гостиничных услуг на примере бизнес-отеля.

Гипотеза работы состоит в том, что повышение качества гостиничных услуг может способствовать росту числа клиентов и, соответственно, прибыли отеля.

Практическая значимость работы заключается в разработке мер по повышению качества гостиничных услуг в отеле «Аэростар», опыт которого может быть использован на других предприятиях.

Эмпирической базой исследования послужили внутренние данные бизнес-отеля «Аэростар».

Методами исследования послужили анализ, синтез, сравнение.

Для раскрытия темы были использованы исследования современных авторов в области гостиничного бизнеса и официальные данные бизнес-отеля «Аэростар», ресурсы Интернет.

1. ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ И ПОДХОДОВ К РЕГУЛИРОВАНИЮ КАЧЕСТВА УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

1.1. Понятие и сущность качества услуг в гостиничном предприятии

Для успешного развития любого гостиничного предприятия необходима развитая клиентская база, наличие финансовых и трудовых ресурсов. Чтобы увеличить число посетителей отель может внедрять различные мероприятия, предоставлять скидки и специальные акции, предлагать бесплатные дополнительные услуги и т.д. Однако рост числа клиентов в первую очередь связан с их удовлетворенностью качеством получаемой услуги по размещению.

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 9001:2015 качество представляет собой совокупность характеристик и свойств услуг, которые относятся к их способности удовлетворить устанавливаемые потребности [1].

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.

В современных условиях успех гостиничных предприятий связан с рациональной организацией и управлением услугами, снижением затрат и ресурсов, развитием предприятия в соответствии с внутренними факторами производства. 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.

Система менеджмента качества услуг представляет собой систему всевозможных способов управления качеством производимой продукции на каком-либо предприятии или какой-либо организации.

Рисунок 1 – Система качества услуг [40]

Суть SMK на производстве в том, что она является неким «задокументированным образом» организации как организма, то есть, другими словами, саморегулирующегося механизма, который приспособлен к жизни в конкретной существующей экономической среде. Совершенно естественно, что для жизни и нормального функционирования этот организм должен предоставлять услуги, производить продукцию, находящуюся по качеству не ниже определенного уровня, а для более успешного функционирования – еще более лучшего качества.

Тактику системы менеджмента качества в организации или на производстве можно охарактеризовать как совокупность нескольких факторов, среди которых, например, предупреждение причин возможных дефектов, вовлечение сотрудников в работу по изменению, улучшению и повышению уровня качества продукции, активное стратегическое управление, постоянное и непрекращающееся совершенствование и модернизация качества продукции и технологических процессов, применение различных научных подходов в решении имеющихся задач, а также регулярная самооценка и другие факторы.

Система менеджмента качества услуг имеет всегда определенную конкретную цель, выражающуюся обычно в достижении долгосрочного успеха фирмы посредством максимального удовлетворения имеющихся покупательских, потребительских запросов, а также запросов собственно сотрудников производства, его владельцев и общества в целом.

Также целью СМК можно назвать достижение соответствия полученных в результате работы результатов деятельности и внутриорганизационных процессов компании существующим потребностям настоящего и потенциального потребителя, всей организации, всего общества. Причем соответствие должно выражаться как по параметрам явных требований, так и других, подразумеваемых потребностей.

Система менеджмента качества гостиничных услуг имеет и свои задачи. К ним относится, во-первых, постоянное и непрерывное улучшение качества выпускаемой продукции или предоставляемых услуг посредством постоянного и регулярного анализа результатов и корректировки, изменения деятельности в соответствии с текущими условиями. Во-вторых, полное отсутствие дефектов и всякого рода непроизводственных затрат. В-третьих, выполнение намеченных планов точно в срок, по графику.

В настоящее время международная организация по стандартизации (ISO, International Organization for Standardization) занимается разработкой различных стандартов системы менеджмента качества продукции для деятельности предприятий.

Сертификация по стандарту ISO 9000 - это двух уровневая система соответствия. Организация ISO не производит сертификацию по стандарту системы менеджмента качества ИСО 9001, это доступно лишь специальным аудиторским организациям, которые проходят аккредитацию.

Для России крайне важно соответствовать подобным стандартам, важно внедрять их на производство для оптимизации деятельности предприятий, компаний. Такой стандарт, как система менеджмента качества ИСО 9000 позволяет предприятиям эффективно использовать ресурсы. Россия всегда стремилась быть первой на мировой арене, в связи с этим нашей стране очень важно соответствовать стандартам, которые разрабатывает международная организация ISO [18, с.113]. Все требования стандартов должны выполняться как на предприятиях внутри страны, так и в тех компаниях, в которых уже разработан международный рынок сбыта.

Система менеджмента качества по ИСО 9000 не содержит в себе определенные стандарты качества, она совершенствуется год от года. Существует множество программ системы качества, если их объединить, то мы получим примерно следующее: данная система создана для формирования правильной политики на производстве для достижения высокого уровня качества продукции.

Признаки системы менеджмента качества - это четкая постановка задач на гостиничном предприятии (структуризация); из этого вытекает, что существует жесткая взаимосвязь между звеньями цепи от постановки цели до конечного результата - качественного продукта, который производится предприятием. Оценивает продукцию, в первую очередь, потребитель. Соответственно, качество выпускаемой продукции должно быть «на высоте» или максимально приближено к этому. Для достижения этой цели не надо проверять каждый товар в отдельности, нанимать персонал, который будет отслеживать качество - достаточно лишь четко настроить систему производства. Система должна работать всегда четко и бесперебойно (как и рабочий персонал, так и оборудование). Что же касается того, что качество продукции иногда падает: причины этого надо искать в неправильных действиях руководства предприятия и рабочего персонала. Для предотвращения подобного нужно разработать четкую инструкцию и для рабочих, и для руководителя предприятия. Государство должно обеспечивать контроль качества выпускаемой продукции. В случае выпуска брака, нужно запретить выпуск такой низкокачественной продукции.

Можно выделить следующие функции, которые необходимы при изучении системы управления качеством [7, с.33]:

- политика фирмы в области качества и его планирования,
- политика обучения и мотивирования персонала компании,
- организация совокупности работ по обеспечению качества услуг,
- контроль системы качества,
- разработка мероприятий по улучшению качества услуг,

□ анализ внешней среды, которой предоставляются услуги.

Соответственно, данные элементы системы управления качеством распространяются на все виды услуг, которые оказывает гостиничное предприятие своим клиентам (Рис.2):

Рисунок 2 - Система гостиничных услуг [5, с.72]

Основываясь на вышеизложенных положениях, определим следующее содержание понятия качества, принимаемое в гостиничном бизнесе [13, с.143]:

1. Качество - это правильно определенные и удовлетворенные потребности клиентов. В данном случае особую важность имеет концепция, согласно которой существует необходимость предоставления продуктов/ услуг, которые бы полностью соответствовали потребностям потенциальных гостей (например, оформление выезда не выходя из номера). Гостиница получает возможность получить конкурентные преимущества перед конкурентами, которые еще не имеют подобной услуги, что обеспечит ей первенство на рынке гостиничных услуг.

2. Качество - это степень правильности оказания услуг посетителям. В данном смысле применяются концепции соответствия гостиничных услуг потребностям клиентов (технические аспекты), а также качество всей системы их обслуживания, которая построена на принципах обеспечения удобства для гостей и хороших межличностных отношений с персоналом. В данном значении качество является основой компетентности работы гостиничного предприятия.

3. Качество - это измерение постоянства предоставления продуктов/ услуг на одном и том же уровне для всех клиентов в течение многих лет своей работы. Непостоянство является главным недостатком работы гостиничной индустрии. Торговая марка должна оправдывать ожидания клиентов для формирования положительного восприятия. Поэтому можно сделать вывод, что качество является хорошим исполнением политики гостиничного предприятия.

Таким образом, эффективность функционирования и прибыльность деятельности любой гостиницы тесно связаны с качеством предоставления гостиничных услуг для своих посетителей.

1.2. Методы контроля качества обслуживания в гостинице

Для достижения намеченных целей оптимизации системы управления продукцией компании необходимо осуществление широкого комплекса технических, технологических, организационно-управленческих мероприятий; разработка принципов инвестиционной и технической политики для фирмы в целом: определение приоритетных областей инвестиций и направлений работы; концентрация усилий и ресурсов на развитии наиболее перспективных областей технологического процесса; создание производственных систем нового поколения, работающих с применением ЭВМ.

1. Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей". URL: <https://base.garant.ru/5222032/>

2. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации". URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_187292/

3. ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003). Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. URL: <https://base.garant.ru/70221020/>

4. Национальный стандарт РФ Системы менеджмента качества ISO 9001:2015. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200124394>

5. Международный стандарт ISO 9004-2000. URL: https://siu.ranepa.ru/Kafedra/Podrazd/UMU/umo/ISO_9004-2000.pdf

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. система отелей по всему миру. URL: <http://www.booking.com/> (дата обращения: 13.05.2019)
33. портал гостиничного бизнеса URL: <http://prohotel.ru/> (дата обращения: 18.05.2019)
34. книги по гостиничному делу и туризму URL: <http://tourlib.net/> (дата обращения: 5.05.2019)
35. управление качеством URL: <http://www.prostokachestvo.ru/> (дата обращения: 23.05.2019)
36. управление предприятием URL: <http://consulting.1c.ru> (дата обращения: 11.05.2019)
37. библиотека по менеджменту URL: <http://www.inventech.ru> (дата обращения: 27.05.2019)
38. институт управления бизнесом URL: <http://investobserver.info> (дата обращения: 19.05.2019)
39. институт менеджмента, инноваций и бизнес – анализа URL: <http://www.refa.de/home> (дата обращения: 22.05.2019)
40. корпоративный менеджмент URL: <http://www.cfin.ru/> (дата обращения: 20.05.2019)

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/64984>