

*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/65452>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Гостиничное дело

Оглавление

ВЕДЕНИЕ 5

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ 8

1.1. Нормативные документы Российской Федерации регулирующие вопросы качества услуг 8

1.2. Инструменты повешения качества 18

1.3. Методика определения эффективности качества 24

ГЛАВА 2 . АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГК АО « КРЫМ» 28

2.1. Общая организационно-экономическая характеристика малого средства размещения гостиницы 28

2.2. Работа персонала по повышению качества оказываемых услуг 40

2.3. Организация технологических процессов 46

2.4. Хозяйственно-финансовая деятельность гостиницы как показатель качества 48

ГЛАВА 3. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ (ГК АО «КРЫМ») 50

3.1. Направления повышения качества обслуживания в ГК АО «Крым» 50

3.2. Внедрение новых стандартов качества обслуживания 53

3.3. Оценка эффективности внедрения рекомендаций 72

Заключение 74

Список литературы 80

Приложение 1 85

ВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что современным предприятиям практически невозможно обеспечить конкурентоспособность и прогрессивное развитие без сформулированной и обоснованной стратегии ведения бизнеса. Первоочередным конкурентным преимуществом компании, позволяющим достигать лидирующего положения на рынке и обеспечивать высокий уровень лояльности потребителей является качество продуктов и услуг. Проблема качества имеет в современном мире универсальный характер. Показатели качества, а также проблемы, связанные с выпуском качественной продукции специфические для каждой отрасли, в том числе и для сфере гостиничного обслуживания. Ввиду того, что гостиничная услуга – это услуга, определить качественные характеристики которого достаточно сложно, представляется целесообразным провести анализ условий и особенностей ее оказания. На основе доступной маркетинговой информации (собственные данные, исследования рынка) компании стремятся оценить ожидания потребителей в отношении качества услуг разработать стратегию и тактику их удовлетворения. Основным инструментом для этого служит маркетинговый анализ, при помощи которого можно объективно оценить внутренние и внешние отношения анализируемого объекта: охарактеризовать его конкурентоспособность, возможности оценки качества оказываемых услуг и перспективы его совершенствования и, затем, по его результатам, принять основные решения. Таким образом, проблема оценки и повышения качества стоматологических услуг является особенно значимой в условиях активной конкуренции на данном рынке, и обосновывает необходимость проведения дополнительных разработок и исследований по данному вопросу, что обуславливает актуальность темы исследования.

В нашей стране за последние годы вышли книги (отечественных авторов и переводные), посвященные как отдельным аспектам управления качеством, так и исследованию системы всеобщего менеджмента качества. Мы имеем в виду, прежде всего, работы Ю.П. Адлера, И.З. Аронова, Б.В. Бойцова, С.А. Баркова, Г.Н. Бутырина, В.И. Верховина, А.В. Гличева, Н.Р. Исправниковой, Ю.В. Крянева, М.А. Кузнецова, В.А. Лapidуса, Д.С. Львова, В.Ю. Огвоздина, В.В. Щербины, М.В. Юрасовой и др.

В общеметодологическом плане теоретическую базу рассмотрения проблем управления качеством с

использованием информационных технологий в России подготовили труды таких ученых как В.С. Степин, Д.Ш. Матрос, В.Е. Гершензон, Е.В. Смирнова, В.В. Элиас.

Из иностранных источников в первую очередь следует отметить работы ученых - родоначальников философии всеобщего управления качеством. К ним относятся У.Э. Деминг, Д.М. Джуран, К. Ишикава, А. Файгенбаум, Ф. Кросби, В. Масинг. Из работ, посвященных практическому применению этой философии в различных отраслях и сферах, наиболее значимые принадлежат перу таких ученых, как Г.Ф. Камиске, Т. Префи, М. Робсон, К. Малорни.

Несмотря на большое количество теоретических исследований остаются актуальными и не достаточно изученными вопросы повышения качества обслуживания в гостиничном секторе, что обуславливает целесообразность данной работы.

Цель данной работы заключается в анализе современных инструментов повышения качества обслуживания в гостинице на примере ГК АО «Крым».

Объект исследования – ГК АО «Крым».

Предмет исследования – методология повышения качества обслуживания на предприятиях гостиничного сектора.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить нормативные документы Российской Федерации, регулирующие вопросы качества услуг,
- рассмотреть инструменты повешения качества обслуживания в гостиницах,
- определить методику оценки эффективности качества обслуживания в гостиницах,
- представить характеристику предприятия ГК АО «Крым»,
- провести анализ работы персонала по повышению качества оказываемых услуг,
- провести анализ организации технических процессов,
- представить анализ хозяйственно-финансовой деятельности гостиницы как показателя качества обслуживания,
- выявить направления совершенствования процесса получения обратной связи от потребителей,
- обосновать необходимость внедрения новых стандартов качества обслуживания,
- провести оценку эффективности внедрения рекомендаций.

Методы исследования: анализ и синтеза, исторического и сравнительного анализа, комплексного и системного подхода, наблюдения и моделирования.

Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы.

## ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ

### 1.1. Нормативные документы Российской Федерации регулирующие вопросы качества услуг

В настоящее время многие руководители гостиниц начинают осознавать, что для повышения загрузки и уровня доходности своих предприятий необходимо радикально менять существующую систему управления качеством. Вместе с тем практика показывает, что наличие в гостинице технических условий для производства услуг (уютные номера, общественные помещения, высокотехнологичное оборудование и т.п.) не гарантирует качество обслуживания и стабильный доход.

Качество услуг необходимо рассматривать сегодня как важнейшую область деятельности организаций гостиничного бизнеса. Под обеспечением качества понимается «процесс формирования необходимых свойств и характеристик услуги, способных удовлетворять или превышать ожидания потребителя» [20]. Основа модели понимания качества услуг с позиции потребителя и производителя представлена на рис.1.1.

Рис. 1.1. Стоимость и ценность с точки зрения производителя и потребителя услуг[9]

С точки зрения производителя (гостиничного предприятия) годными будут признаны услуги, не имеющие внешнего и внутреннего брака (задержек рейсов, срывов в обслуживании, антисанитарных условий в гостиницах и т. п.). С точки зрения потребителей (туристов) «брака» может быть намного больше, даже если он был своевременно размещен, и гостиница исполнила все договорные обязательства.

Основными нормативно-правовыми актами, регламентирующими качество оказываемых гостиницей услуг и регулирующими отношения клиента и сотрудников отеля, являются:

1.Закон России «О защите прав потребителей» (в последней редакции от 7 февраля 1992 года за номером

2300-1).

2.Гражданский кодекс России.

3.Правила предоставления гостиничных услуг в России (утвержденные ПП РФ от 25 апреля 1997 года за номером 490).

В первую очередь перед тем, как отправиться непосредственно в гостиницу, узнайте ее полное название, адрес и режим работы. Данная информация, как правило, присутствует на официальном сайте организации или на вывеске.

Рассматривая качество как свойства и характерные особенности услуги, вызывающие чувство удовлетворения у потребителя, или как отсутствие недостатков, усиливающих у него состояние удовлетворенности, следует, однако, выделить специфические особенности качества услуг в гостиничных предприятиях.

Учитывая резкое увеличение количества средств размещения неудивительно, что современный рынок гостиничных услуг можно охарактеризовать высоким уровнем предложения при относительно низком уровне спроса. Причина, конечно же, в высоком уровне конкуренции между компаниями. Учитывая возросшее количество конкурентов, отелям становится все сложнее позиционировать себя на рынке, поскольку возможностей дифференцировать свой продукт все меньше. Реальное положение дел такого, что большая часть отелей предлагает схожие услуги, что усложняет позиционирование конкретных компаний на рынке. В такой высоко-конкурентной среде каждое из предприятий размещения вынуждено предпринимать меры по повышению своей конкурентоспособности на рынке.

В подобной ситуации одним из основных направлений в формировании преимуществ должно являться повышение качества услуг. Управление качеством это совокупность действий и мероприятий, направленных на анализ уровня качества в компании и создания возможностей для его улучшения.

В гостиничном бизнесе постоянный контроль качества и попытки повысить уровень обслуживания являются сферой внимания большинства менеджеров. Чаще всего усилия персонала направлены в основном на улучшения гостиничного продукта, однако такой подход является слишком узким.

Для достижения наилучшего результата менеджеры должны осознавать, что больше половины впечатления от пребывания формируются во время общения с персоналом и выполнении ими каких-либо услуг для гостя. На результат может повлиять любая мелочь: скорость работы, дружелюбность и открытость персонала, профессионализм работников и многое другое. Порой главы крупных компаний считают, что повышение уровня обслуживания — это затратное дело и потому плохо для бизнеса, однако такая точка зрения в корне неверна.

Прежде всего, при высоком качестве услуг сам гостиничный продукт начинается больше цениться среди покупателей, а значит, они готовы дороже за него платить. И, кроме того, постоянное улучшение качества можно считать не расходом денег, а долгосрочным вкладом, ведь довольные клиенты почти всегда возвращаются, а заодно приводят с собой друзей и знакомых. Согласно исследованиям, компании намного дешевле обходятся действия, необходимые чтобы удержать одного клиента, чем попытка завоевать нового. Последнее обойдется предприятию в пять раз дороже.

Особенно надо стараться избегать недовольства клиентов, ведь один недовольный гость не просто больше никогда не вернется в отель, он может пожаловаться своим друзьям и знакомым, которые являются потенциальными клиентами. Кроме того, учитывая высокий уровень развития современных технологий, а особенно социальных сетей и всего прочего, один недовольный клиент может отбить желание посещать какой-то конкретный отель у десятков потенциальных потребителей.

Учитывая такое значение качества для процветания компании неудивительно, что одной из основных обязанностей менеджеров, особенно тех, что работают непосредственно с гостями, является управление качеством услуг. Управление качеством можно поделить на несколько частей, таких как планирование, анализ, контроль и. т.д. Каждая из них также делится на несколько составляющих, к примеру, в понятие анализа входит изучение гостей и их потребностей, анализ работы персонала, анализ мнения посетителей об уровне качества и многое другое.

На рисунке 1.2 представлена модель восприятия качества обслуживания в гостинице, использующая техническое и функциональное качество как зависимые величины от полного качества.

Во-первых, качество может рассматриваться как техническое и функциональное. Техническое качество — это состояние неодушевленных предметов, окружающих клиента в гостинице. Например, клиент получает удовлетворение от качества номера в гостинице, приятного освещения, интерьера, блюда в ресторане и т.д.

Рис. 1.2. Модель восприятия качества обслуживания в гостинице[20]

Функциональное качество — это процесс взаимодействия со служащими в гостинице при предоставлении услуги. Например, клиент получает удовлетворение от качественного обслуживания: приветствия швейцара у двери, быстрой регистрации и заселения на службе приема, сопровождения в номер, доставки багажа и т.д.

Обеспечение качества обслуживания в гостиницы также предполагает полное уведомление клиента о всех нюансах и условиях проживания.

Владелец гостиницы (или ее сотрудники) обязаны своевременно предоставить достоверную информацию, касающуюся перечня предлагаемых услуг для того, чтобы клиент мог самостоятельно сделать выбор.

Следующая информация должна быть в письменном виде представлена клиенту в момент оформления проживания в гостиницу:

- «Правила Предоставления гостиничных услуг в России» (утвержденные ПП России от 25 апреля 1997 года за номером 490);
- информация о лице, являющимся исполнителем, и контактные данные (телефон);
- информация о присвоении отелю или гостинице определенной категории («звезд») – при наличии;
- информация о том, что услуги, предлагаемые в отеле, соответствуют установленным нормам и требованиям (реквизиты сертификата соответствия, срок действия, название органа, выдавшего данный документ, регистрационный номер, название исполнителя, принявшего декларацию и пр.);
- при наличии лицензии на вид деятельности, также должна быть представлена информация о номере лицензии, сроке действия и название органа, выдавшего лицензию;
- сноска из нормативно-правовых документов, устанавливающих требования к качеству услуг, предоставляемых в гостиницах или отелях;
- цены на услуги в местной валюте (рублях);
- список услуг, которые входят в общую стоимость проживания;
- список дополнительных услуг, за которые взимается отдельная плата;
- регламент оплаты услуг (как именно и в какой форме должна быть произведена оплата);
- крайний срок проживания в отеле – при наличии;
- список клиентов, имеющих определенные льготы на проживание и услуги;
- правила проживания в гостинице;
- информация об организациях, располагающихся на территории отеля (места общественного питания, быстрого обслуживания, торговли и прочее);
- информация о территориальном органе, куда можно обратиться в случае нарушений прав потребителя – при наличии;
- информация о вышестоящей инстанции.

Также в каждом номере гостиницы должна быть представлена информация, касающаяся правил проживания, пожарной безопасности и правил использования электробытовыми приборами. Стоит отметить, что вся вышеуказанная информация должна быть представлена на русском языке. Также допустимо размещение данных документов на языках народов, проживающих в субъектах России.

Основные обязанности исполнителя рассматриваемого вида услуг:

- сотрудники отеля (владелец) должны оказывать только качественные услуги, в соответствии с пунктами договора. При отсутствии соглашения сторон, качество услуг должно соответствовать общепринятым требованиям, предъявляемым в подобных ситуациях;
- оснащение гостиницы, материально — техническое обеспечение должно полностью соответствовать уровню заведения (присвоенным «звездам»);
- владелец гостиницы обязан наладить круглосуточный прием и регистрацию гостей отеля, а также их выписку;
- исполнитель должен предоставить льготные условия или обслуживание вне очереди жильцам отеля во всех организациях, предоставляющих различные услуги на территории гостиницы;
- исполнитель должен удостовериться в том, что все категории граждан, имеющие право на получение льгот, должны их получить;
- владелец гостиницы несет ответственность за ущерб, который может быть причинен жильцам отеля при некачественном оказании определенных услуг;
- исполнитель несет ответственность за сохранность имущества жильцов.

В случае, когда сотрудники отеля находят какие-либо вещи на территории гостиницы, они обязаны вернуть

данные вещи законным хозяевам. В случае, если потерянная вещь не найдена сотрудниками, исполнитель должен лично сообщить о пропаже в местные органы управления или отдел полиции. Согласно закону, недостаток в предоставленной услуге – ее неполное соответствие установленным нормам. Также если услуга не соответствует обещанному конечному результату или цели, поставленной перед исполнителем, она тоже будет считаться некачественной.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М: Кнорус, 2010 - 410 с.
2. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. – Киев, 2009 - 380 с.
3. Балашова Е. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. М-СПб: Вершина, 2008 - 410 с.
4. Барчуков И.С., Баумгартен Л.В., Башин Ю.Б., Зайцев А.В. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов. Уч. пособие. М: Кнорус, 2012 - 387 с.
5. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве. М: ФиС, 2012 - 240с.
6. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 564 с.
7. Веселова К.И. Современные направления специализации гостиниц, Р-н-Д: Феникс, 2011 - 267 с.
8. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес. Р-н-Д:Феникс, 2011- 336 с.
9. ГОСТ Р 51185—98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»
10. Гостиничный бизнес в России под влиянием кризиса: текущее состояние и перспективы развития <http://mi.aup.ru>
11. Гражданский кодекс России.
12. Егоров А. Контроль качества в отеле возлагается на гостей // <http://www.hotelexecutive.ru/article.php?numn=8115>
13. Елканова Д.И., Д.А. Осипов, В.В. Романов, Е.В. Сорокина. Основы индустрии гостеприимства. М:Дашков и К, 2009 - 453 с.
14. Ехина М.А. Организация обслуживания в гостиницах. М:Академия, 2010 - 448 с.
15. Закон России «О защите прав потребителей» (в последней редакции от 7 февраля 1992 года за номером 2300-1).
16. Защита прав потребителя гостиничных услуг // <http://uropora.ru/zashhita-prav-potrebitelej/osnovnye-prava-potrebitelej/zashhita-prav/zashhita-prav-potrebitelej-gostinichnyx-uslug.html>
17. Кабушкин Н.И. Управление гостиницами и ресторанами. Учебное пособие. Минск: БГЭУ, 2011 423 с.
18. Качалина Л. Н., Научная организация управленческого труда — оргпроектирование. М: Проспект, 2011 - 220 с.
19. Кобяк М.В., Скобкин С.С. Управление качеством в гостинице : Учебное пособие – М.: Инфра-М, 2012 - 453 с.
20. Козлов Д.А. Особенности предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации // В сборнике: Актуальные проблемы индустрии гостеприимства и туризма сборник статей международной научно-практической конференции. 2016. С. 80-85.
21. Котлер Ф., Боуэн Дж. Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/ Пер. с англ. Под ред. Р.Б. Ноздревой. М.: ЮНИТИ, 2008 - 723 с.
22. Кусков А.С. Гостиничное дело. Учебное пособие. М: Литрег, 2008-450 с.
23. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания М: Академа, 2009 - 343 с.
24. Маркетинговое исследование и анализ российского рынка гостиниц РФ от 30.10.2012 // Сайт <http://rumetrika.rambler.ru/research/1732/5477>
25. Медлик С. Гостиничный бизнес: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011 - 278 с.
26. Меркушова Н. И. Интегрированные системы менеджмента: предпосылки создания на российских предприятиях [Текст] / Н. И. Меркушова, Ю. А. Наumenко, Ю. А. Меркушова // Молодой ученый. — 2013. — №12. — С. 329
27. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. СПб.: Питер, 2008 - 338 с.
28. Морозова Н.С. Развитие предпринимательства в гостиничном бизнесе, Ростов, РосНОУ, 2009 - 390 с.
29. Музыченко В. В. Управление персоналом. Лекции: Учебник для студ. высш. учеб. заведений — М.: ИЦ «Академия», 2011 - 337 с.
30. Овчаров А.О. Туристический комплекс России. Тенденции, риски, перспективы. М:Инфра-М, 2011 -420 с.

31. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник под ред. Лесника А.Л., Мащицкого И.П. М: ИКЦ МАРТ, 2012 - 436 с.
32. Организационная структура гостиницы // <http://prohotelia.com.ua>
33. Официальный Сайт ГК «Отель Крым»// <http://hotel-krym.net.ru/about/>
34. Полянская Н. Критерии качества услуг в управлении гостиничным предприятием. М: Лаборатория книги, 2010 - 221 с.
35. Поршнев А.Г. Управление организацией./ Поршнев А.Г., З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина, Кибанова. М., ДАФНА, 2010 - 440 с.
36. Правила предоставления гостиничных услуг в России (утвержденные ПП РФ от 25 апреля 1997 года за номером 490).
37. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ (утв. Постановлением Правительства от 25.04.1997 № 490).
38. Разработка и сертификация систем качества в России: Стратегия, проблемы, рынок услуг: Сборник статей и справочных материалов к внедрению стандартов ИСО серии 9000 версии 2000г./ Сост. И.В. Матвеева. – М., 2008. – 156 с.
39. Руденко Л.П. Технологии гостиничной деятельности. М:Дашков и К, 2014 - 338 с.
40. Рындач М.А. Основы туризма. Уч. пособие. М:Дашков и К, 2012-210 с.
41. Салахова В. Г. Управление качеством услуг в гостиничном бизнесе // Молодой ученый. — 2019. — №2. — С. 263-265. — URL <https://moluch.ru/archive/240/55466/> (дата обращения: 03.05.2019)
42. Современные тенденции развития гостиничных комплексов Москвы // журнал «Отель», № 7, 2011 – с.43.
43. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. – М: Инфра-М, 2011- 320 с.
44. Современный гостиничный бизнес // под ред. Чернышева А.В., - М.: «Интел универсал», 2011-336 с.
45. Стандартизация и сертификация в сфере услуг: Учеб. пособие. – М., 2009. – 208 с.
46. Туризм и гостиничное хозяйство. Коллектив авторов под общей ред. Шматько Л.П., М.: ИКЦ МАРТ, 2011 - 338 с..
47. Туровский М. Маркетинг гостиничных услуг. М: ФиС, 2010 - 289 с.
48. Управление качеством. Учебник/Под ред. Ильенковой С. Д. – М.: ЮНИТИ, 2011-320 с.
49. Управление персоналом организации: Учебное пособие / В.Н. Федосеев, С.Н. Капустин. — М.: Издательство «Экзамен», 2009 - 459 с.
50. Управление персоналом организации.: Учебник под ред. А.Я. Кибанова - М: ИНФРА-М, 2012. - 569 с.
51. Уокер Дж. Управление гостеприимством, М.: ИНФРА, 2008 – 356с.
52. Ушаков Д.С. Маркетинговое управление услуг в гостиничном бизнесе.- М.: Март, 2008 – 487с.
53. Фатхутдинов Р. А. Управленческие решения: учебник для вузов по спец. "Менеджмент". — 6-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2007- 423с.
54. Черевичко Т.В. Теоретические основы гостеприимства. М:МПСи, 2011- 256 с.
55. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство: Уч.пособие М: ИКЦ Март, 2010 - 289 с.
56. Шишков А.В. Управление сервисной организацией. Спб: Герда, 2009 - 349 с.
57. Шокина Л.И. Оценка качества менеджмента компаний: Учебное пособие / Под ред. проф. М.А. Федотовой.- М.: КНОРУС, 2013. С.17
58. Щетинина Е. Б. Менеджмент гостиничных услуг.- М.: Равновесие, 2011- 340 с.
59. Федцов В.Г. Культура гостинично - туристского сервиса. Р-н-Д: Феникс, 2011-640 с.
60. Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства. Учебное пособие, М., РДЛ, 2008- 310 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/65452>