

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/65857>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Гостиничное дело

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ БРОНИРОВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ.....	6
1.1. Организация работы службы бронирования.....	6
1.2. Технологические циклы, процессы и операция бронирования.....	10
1.3. Эффективность загрузки гостиницы как показатель качества работы службы бронирования. Методика оценки службы бронирования.	15
2. АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ БРОНИРОВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ «КРЫМ».....	22
2.1. Характеристика предприятия.....	22
2.2. Технологические процессы службы бронирования.....	28
2.3. Загрузка гостиницы как показатель эффективности работы службы бронирования.....	34
3. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ СЛУЖБЫ БРОНИРОВАНИЯ.....	39
3.1. Внедрение системы бронирования Fidelio.....	39
3.2. Предложения по оптимизации ценовой политики АО ГК «Крым»...	43
3.3 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	58
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	62

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. В современных условиях, в связи с формированием рыночных отношений, наряду с развитием промышленности, медицины и науки во многих отраслях происходят значительные изменения, связанные с повсеместным внедрением новейших технологий. В связи с этим, разрабатываются новые программы и стандарты, претерпевают изменения производственные процессы, появляются новые концепции управления. Индустрия гостеприимства как полноценный элемент рынка не стала исключением. Современные компьютерные технологии активно внедряются в технологические процессы гостиничных предприятий, так как именно от оперативности, точности, надежности и скорости обработки и передачи информации зависит эффективность принимаемых управленческих решений на предприятии. Четкое следование данным условиям возможно только с использованием современных компьютерных информационных систем. Именно с развитием передовых технологий связана актуальность данной работы: в условиях динамично изменяющейся окружающей среды на многих гостиничных предприятиях наблюдается недостаточно прогрессивные системы бронирования и резервирования номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. Многие предприятия при формировании предложений для партнеров и потенциальных потребителей не в полной мере используют глобальные распределительные системы, которые обеспечивают оперативность и эффективность организационных процессов бронирования и резервирования мест в отелях и дополнительных услуг.

Объектом исследования в работе является АО ГК «Крым».

Предметом исследования выступает деятельность по изучению организационных процессов бронирования в гостинице.

Цель работы: на основании проработки теоретического материала проанализировать организацию работы бронирования в гостинице «Крым» и разработать предложения по ее улучшению.

Данная цель потребовала решения следующих задач:

- охарактеризовать основные теоретические особенности организационных процессов бронирования в гостинице;
- рассмотреть технологические циклы, процессы и операции бронирования;
- проанализировать организацию работы бронирования в гостинице «Крым»;
- разработать практические предложения по оптимизации службы бронирования в гостинице «Крым».

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды ученых в области экономики и маркетинга в гостиничном бизнесе и туризме, работы, посвященные внедрению информационных технологий в социокультурный сервис и туризм.

Различные подходы к анализу специфики гостиничных услуг широко освещены в работах: Л.А. Брагина, И.В. Алексеевой, Т.Л. Безруковой, В.А. Бондаренко, А.П. Дурович, Т.Н. Шаталовой, И. Ополченова, М. Дмитриева, М.Н. Смирновой, О.И. Васильчук, С.А. Ковалевой, О.Н. Котовой, Н.И. Ломакиной, Е.В. Кудиновой, В.К. Романович, Ю.В. Старцевой, М.С. Федоровой.

Проблемам организационных процессов бронирования и управлению информационной деятельностью в гостинице посвящены работы: И. Ополченова, Н. Моисеевой, Л.И. Ерохиной, М. Дмитриева. Весомый вклад в теорию информационных технологий в туризме внесли: М.А. Морозов, Н.С. Морозова, В.Г. Гуляев, О.В. Пикулик, С.В. Синаторов.

Основными методами исследования в работе являются: наблюдение, анализ, синтез, обобщение.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ БРОНИРОВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ

1.1. Организация работы службы бронирования

В настоящее время сфера гостеприимства стала самостоятельной активно развивающейся отраслью и одной из важнейших составляющих экономики многих стран. В связи с этим на рынке появляется все больше гостиничных предприятий, оптимизируются технологические процессы, разрабатываются новые стандарты обслуживания. Данный аспект выступил своеобразным катализатором для повсеместного развития и совершенствования организации работы служб бронирования, функционирующих в гостиничных предприятиях.

Детальное рассмотрение особенностей организации работы службы бронирования невозможно без определения понятия «бронирование». «Бронирование – это запрос на предварительное закрепление за гостем объектов бронирования, которые включают номерной фонд гостиницы»[12, с. 25]. Очень часто бронирование отождествляют с понятием «резервирование», что является абсолютно неверным. В отличие от бронирования, резервирование подразумевает создание своеобразных запасов (квот мест) объектов бронирования. Как правило, бронирование выступает процессом покупки потребителем номера, при отказе

от которого происходит удержание определенного процента от стоимости номера с гостя, так как гостиница несет фактически понесенные затраты связанные с простоем номера. Бронирование номерного фонда происходит посредством компьютерных технологий – систем бронирования, которые представляют собой специально разработанные программы, в которых хранится большая база о наличии свободных номеров различных категорий.

Согласно Правилам предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденных постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. №1085 выделяются два типа бронирования: гарантированное и негарантированное (см. таблица 1.1.)

Таблица 1.1 – Характеристики типов бронирования номерного фонда в гостинице

Тип бронирования

Характеристика

Гарантированное бронирование

бронирование, при котором гарантированно подтверждается предоставление гостю выбранного номера. Примером гарантированного бронирования является наличие свободных номеров и моментальное подтверждение от отеля. При гарантированном бронировании гость не может отказаться от номера после его подтверждения без штрафных санкций

Негарантированное бронирование

При негарантированном бронировании предварительная оплата (полная либо частичная) услуги не вносится. Негарантированное бронирование (без предоплаты) - означает, что гость делает бронь, которая не дает полной гарантии свободных мест. В подтверждении обязательно указывается номер бронирования, сроки и условия заезда, калькуляция стоимости заказанного размещения. При негарантированном бронировании отель будет сообщать о возможной занятости номера. Негарантированное бронирование - стандартное бронирование гостиницы, при котором первая оплата производится клиентом по прибытии в гостиницу у стойки регистрации. Отмена негарантированного бронирования гостем возможна в любое время без применения штрафных санкции

Следует отметить, что компьютерные системы бронирования часто включают виртуальные каталоги, благодаря которым турист может «прогуляться» по выбранному отелю и ознакомиться с его интерьерами в режиме онлайн. Бронирование считается завершенным только в том случае, когда гость получает письменное подтверждение (ваучер) от отеля, в котором четко прописаны срок, объем, стоимость забронированных услуг.

Служба бронирования занимает ведущее место в технологическом процессе гостиничного предприятия. Непосредственно функциональная деятельность сотрудников данной службы заключается в продаже гостиничного продукта, именно поэтому рентабельность предприятия зависит от эффективности управления процессом бронирования, который подразумевает взаимодействие сотрудников гостиницы с потребителями.

Служба бронирования представлена в организационной структуре гостиничного предприятия как отдельное функциональное звено управления и, как правило, входит в состав службы приема и размещения. (см. рисунок 1.1)

Рис.1.1 – Структура службы приема и размещения в гостинице) [1, с. 45].

Согласно данным рисунка, руководителем службы бронирования выступает старший менеджер, который находится на одном уровне иерархии с главным администратором и подчиняется руководителю службы приема и размещения.

График работы службы бронирования составляется с учетом статистических наблюдений и специализации гостиницы, в большинстве случаев отдел бронирования принимает и обрабатывает заявки в период с 08:00 до 20:00 часов, некоторые гостиницы придерживаются сменного графика с регламентированным режимом работы с 08:00 до 00:00. Количество сотрудников отдела бронирования зависит от размеров предприятия и может включать от 3 до 10 человек.

«Основной задачей менеджера по бронированию является обеспечение максимальной загрузки номерного фонда отеля, а также исследование рынка, подразумевающее изучение динамики спроса на гостиничные услуги, анализ загрузки номерного фонда, программ мероприятий, которые планируются в регионе/городе, прогнозирование деятельности гостиницы вместе с маркетинговым отделом» [15, с. 60].

К профессиональным обязанностям сотрудников отдела бронирования относятся:

- прием и обработка заявок;
- ведение необходимой документации: графиков заездов на каждый день, неделю, месяц, год, квартал, составление карты движения номерного фонда;
- ведение картотеки гостей;
- изучение спроса на гостиничные услуги.

Согласно вышеизложенному, можно прийти к заключению, что посредством работы службы бронирования, персонал предоставляет гостиничные услуги потребителю. Таким образом, эффективность гостиничных предприятий заключается в комплексном отражении конечных результатов деятельности данной службы за определенный промежуток времени, который определяется коэффициентом загрузки номерного фонда.

1.2. Технологические циклы, процессы и операция бронирования

Бронирование гостиничных услуг представляет собой закрепление за гостем определенного, выбранного им места на указанный промежуток времени, подтвержденное ваучером, включающим номер брони и детализацию. Процесс бронирования предполагает обработку запросов, поступающих от потребителей и их сопоставление с имеющимися в наличии ресурсами номерного фонда. Ответственность за организацию процесса бронирования возлагается на службу приема и размещения (см. рис1.2.).

Рис.1.2. – Процесс бронирования гостиничных услуг

Процесс бронирования начинается с приема запроса на бронирование, который может поступать как на онлайн-сервисы гостиницы, так и от партнеров (туристские онлайн-сервисы, туроператорские и турагентские компании, корпоративные клиенты). При бронировании через сеть Интернет (онлайн-сервисы гостиницы, туристские онлайн-сервисы) бронь создается в формате электронной путевки. В организационном плане, процесс онлайн-бронирования представляет определенную последовательность (см. рисунок 1.3).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Александрова А.Ю. Теория деятельности малых гостиничных предприятий. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 414 с.
2. Арбузова Н.Ю. «Технология и организация гостиничных услуг». – М.: Academia, 2012. – 246 с.
3. Бабаев А. Г. Услуги в гостиничном бизнесе/ А.Г.Бабаев, // Журнал «Вояж и отдых». –2014. – №4.
4. Бабкин А.Б. Стратегическое управление в индустрии туризма. Учеб. пособие/ - Ростов н/Д: Феникс, 2013. - 252с.
5. Балабанов И.Т. Экономика туризма. – М.: ЭСКОМО, 2015. – 343 с.
6. Барчуков И.С. «Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов». – М.: Дашков и К, 2012. – 328 с.
7. Баумгартен Л.В. «Маркетинг гостиничного предприятия». – М.: ЮРАЙТ, 2017. – 3440 с.
8. Бирицкая Н.М. Проблемы систем бронирования в индустрии туризма и гостеприимства. – М.: Альянс, 2013. - 329 с.
9. Беликов Г.А. Гостиничный менеджмент. – М.: Алеф, 2011. – 187 с.
10. Бобкова А. Маркетинговые исследования в туризме. – М.: ЭСКОМО, 2009. – 155 с.
11. Ветинев А.М. Маркетинг. – М.: Крокос, 2014. – 471 с.
12. Волков Ю.Ф. «Экономика гостиничного бизнеса». М.: Гранд, 2013. – 245 с.
13. Войт В.К. Перспективы развития систем бронирования и резервирования туристского продукта. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 215 с.
14. Горшков С.А. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. – М.: ВЛАДОС, 2012. – 346 с.
15. Гуляев В.Г. Туризм: Экономика, Управление, Устойчивое развитие. – М.: Физическая культура, 2015. – 120 с.
16. Джон Л. «Эффективное ценообразование в гостиничном бизнесе». – М.: ЭСКОМО, 2016. – 276 с.
17. Дурович А.П. Организация туризма. – М.: ИНФРА-М, 2013 – 314 с.
18. Елкина И. Туристский бизнес. М.: ЭСКОМО, 2015. - 322 с.
19. Ермолаев Е.Е. «Особенности определения затрат в гостиничном предприятии». – Новгород: ННГАСУ, 2016. – 245 с.
20. Жинкин И. Основы туризма: Метод. Пособие – М.: Крокос, 2013. – 185 с.
21. Жуков А.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: ИНФРА - М, 2013. – 387 с.
22. Жуков Г.С. Гостиницы. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 314 с.
23. Жуков Г.С. Эксплуатация гостиниц. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 221 с.
24. Зорин И.В. Маркетинг услуг. – М.: Атриум, 2011. – 327 с.
25. Кабушкин Н.И. Организация туризма: учеб. Пособие. – М.: Новое знание, 2009. - 632 с.
26. Карагозов О.В. Организационные аспекты повышения эффективности российских систем бронирования и резервирования в гостиничной индустрии. – М.: Научное обозрение, 2013. – 345 с.
27. Квартальнов, В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2010. - 320 с.
28. Кондратьев, О.Г. Эксплуатация гостиниц / О.Г. Кондратьев // Вояж. – 2018. - № 10. – С. 58-60.
29. Кусков А.С. Проектирование баз данных. – М.: ИНФРА-М, 2011. - 324 с.
28. Лесник А.Л. «Гостиничный менеджмент: политика ценообразования и управления доходом». – СПб.: ИЦ Интермедия, 2015. – 272 с.
30. Лубченков, Ю.Н. Организация и технология туристского обслуживания: учебник / Ю.Н. Лубченков. - М.: Белый город, 2011. - 860 с.
31. Мусакин А. «Малый отель. С чего начать и как преуспеть?». – М.: Инфра-М, 2014. – 200 с.
32. Новиков В.С. Организация туристской деятельности. – М.: ЭСКОМО, 2011. – 512 с.
33. Одинцова Т.М. Информационные технологии в туризме. – М.: Алекс, 2011. – 258 с.
34. Поляк Г.Б. «Менеджмент индустрии гостеприимства». – М.: Юнити-Дана, 2014. – 358 с.
35. Прозоров А.А. Управление качеством в туризме – М.: ИНФРА-М, 2012. - 454 с.
36. Рябова И.А. Экономика и организация туризма. Международный туризм. – М.: ЭСКОМО, 2012. - 257 с.
37. Саакянц, Р.Г. Туристский маркетинг: технология и организация бронирования турпродукта/ Р.Г. Саакянц. – М.: Академия, 2012. – 368 с.
38. Сдасюк Г.В. Обзор компьютерных программ для гостиниц/ Г.В.Сдасюк, // Туризм и отдых – 2016. – №2.
39. Третьякова Т.Н. Интернет технологии в социокультурном сервисе и туризме. – М.: Академия, 2014. – 460 с.
40. Турковский М. Мультимедийные технологии в туризме. – М.: Пронто-Москва. 2014.- 421 с.

41. Уваров С.С. Интернет в туризме. – М.: ИНФРА-М, 2014. - 168 с.
42. Фатхутдинов Р.А. Стратегические элементы управления изменениями в индустрии туризма. – М.: ИНФРА-М, 2015. - 201 с.
43. Филлипов З.А. Интернет технологии как средство ведения бизнеса. – М.: Интел-синтез, 2015. – 344 с.
44. Чазова Е.И. Особенности зарубежных систем бронирования и резервирования. – СПб Герда, 2014. – 265 с.
45. Чандлер А. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. – М.: ПРОФИ, 2016. - 312 с.
46. Чельшев Е.П. Бизнес-модели. Создание процветающей организации. – М.: ПРОФИ, 2013. - 312 с.
47. Черник Д.Г. «Ценообразование в туризме и гостиничном бизнесе». -М.: Проспект, 2015. – 325 с.
48. Шейко Н. И. Экономическое развитие гостиничного предприятия. – М.: ЭСКМО, 2012. - 224 с.
49. Яковлев Г.А. Политика продвижения в туризме. – М.: ИНФРА-М, 2012. - 309 с.
50. Сайт АО ГК «Крым» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hotel-krym.net.ru>

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/65857>