

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/66338>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Гостиничное дело

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА 5

1.1 Понятие, виды и особенности услуг 5

1.2 Сущность и значение управления качеством услуг 16

1.3 Управление качеством гостиничных услуг 20

2. АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ «HILTONEXPOFORUM» САНКТ-ПЕТЕРБУРГ 32

2.1 Характеристика гостиницы «HiltonExpoForum» 32

2.2 Анализ качества обслуживания в гостинице «HiltonExpoForum» 44

2.3 Экономическая оценка конкурентоспособности гостиницы «HiltonExpoForum» 52

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 65

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 69

ПРИЛОЖЕНИЯ 72

ВВЕДЕНИЕ

В современных экономических условиях успешность гостиничного предприятия на рынке зависит, прежде всего, от рациональной организации системы качества его продукции. Наиболее важной сегодня является также проблема обеспечения гибкости и адаптации предприятий к постоянным изменениям условий внешней среды.

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

Система менеджмента качества (СМК) направлена на повышение качества производимой продукции компании. Суть СМК 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.

Актуальность данной темы заключается в том, что одной из важнейших целей управленческой деятельности в сфере гостеприимства является повышение эффективности и качества продукции, которое основывается на таких факторах, как увеличение рентабельности; рост производительности труда, повышение качества и конкурентоспособности продукции.

Объектом данной работы выступает система управления качеством на современном предприятии.

Предмет работы – система качества обслуживания в гостинице.

Целью работы является комплексный анализ систем управления качеством, разработка более эффективных механизмов управления в гостинице.

Для раскрытия данной цели ставится ряд задач:

- дать понятие и сущность системы управления качеством предприятия,
- определить экономическую роль, выполняемую данной системой,
- рассмотреть принципы организации управления качеством,
- дать характеристику деятельности гостиницы Hilton ExpoForum,
- проанализировать существующую систему управления качеством в отеле,
- разработать новую эффективную подсистему управления качеством гостиницы.

Для раскрытия данной темы были использованы труды фундаментальных авторов в области организации производства на промышленных предприятиях (Форд, Тейлор), исследования современных авторов и ресурсы Интернет.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

1.1 Понятие, виды и особенности услуг

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 [13, с. 201]:

- 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.

Сервисная деятельность любого предприятия станет успешнее, если она будет опираться на грамотное ведение маркетинговой работы, основанной на изучении потребительского рынка. Одним из наиболее важных факторов предлагаемых услуг, который привлекает клиента, является качество их предоставления. Существует также условие, при котором положение фирмы в сфере сервиса будет стабильно, а, следовательно, результатом деятельности явится постоянный доход. Это оптимальное соотношение качества и цены.

Сервисная деятельность, направленная на предоставление полного комплекса услуг, должна базироваться на желании клиентов. Фирма, занимающаяся обслуживанием, должна выполнять свои гарантийные обязательства, касающиеся качества и результатов своей работы.

Сегодня в условиях интенсивного развития рыночной системы ключевое значение приобретает эффективное, доходное хозяйствование при абсолютной экономической самостоятельности компаний. Это, в свою очередь, повышает роль оптимизации коммерческой деятельности. В условиях высокой конкуренции одним из приоритетных направлений становится организация обслуживания. Ключевыми принципами работы выступают качество, безопасность, профессионализм.

Успешная сервисная деятельность предприятия опирается на восемь основных правил, которые способствуют ее эффективной организации [4, с. 87]:

1. Стратегия. Каждому сегменту рынка необходимо предложить такой уровень сервисного обслуживания, который клиент будет считать отличным. Обещанная потребителю гарантия того, что фирма выполнит все свои обязательства, должна быть изложена в небольшом, содержащем не более ста слов, тексте рекламного характера.
2. Связь с потребителем. Для формирования прочных взаимоотношений между клиентом и фирмой, а также для необходимого покупательского предпочтения, предприятие должно распространять рекламные материалы о предлагаемых ею гарантиях. Обязательства, которые берет на себя сервисная компания,

должны удовлетворять желаниям потребителей и вызывать у них положительные чувства. Образ сервиса, созданный рекламными материалами, необходимо создать манящим. Тщательной продуманности и неукоснительного соблюдения требует и атмосфера в помещении, где ведется прием клиента, и внешность обслуживающего персонала, быстрота и точность ответов и т.д.

3. Четкость требований, которые фирма предъявляет к своим сотрудникам. Необходимо иметь внутренние стандарты, соблюдение которых должно стать нормой.

4. Бесперебойно функционирующая система снабжения. Поставка запчастей и вызов представителей предприятия сервисного обслуживания должен быть предельно прост.

5. Обучение сотрудников, входящих в штат службы, предоставляющей услуги.

6. Постановка цели персоналу, указывающая на недопустимость дефектов в работе.

7. Творчество. Это правило заключается в постоянном поиске новых способов предоставления сервисных услуг для наиболее полного удовлетворения потребительского спроса.

8. Постоянная забота о создании мощной обслуживающей организации и об ее эффективной работе. Сервисная деятельность, направленная на предоставление полного комплекса услуг, должна базироваться на желании клиентов. Фирма, занимающаяся обслуживанием, должна выполнять свои гарантийные обязательства, касающиеся качества и результатов своей работы.

Структура сферы услуг условно подразделяется на две группы. К первой из них относится сектор, производящий материальные услуги (транспортные, торговые, жилищно-бытовые и т.д.). Вторая группа занимается оказанием нематериального сервиса. К нему относят деятельность органов безопасности и армию, управление, здравоохранение, образование, науку и т.п. Существуют виды обслуживания населения, соединяющие эти две группы. Например, сервисная деятельность в туризме включает в себя оказание транспортных услуг и образование (экскурсии).

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 - Составляющие индустрии гостеприимства [18, с.56]

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).

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

Рисунок 2 – Гостиничные услуги [32, с.102]

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 ваш 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.

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.

Рисунок 3 – Элементы оказания гостиничных услуг [19, с.203]

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, развития, т.е. воздействия существующей системы управления предприятия на внутренние факторы производства. 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.

Рассмотрим основные методы контроля услуг в гостиничном бизнесе.

1.Правильное видение руководства

Во многом уровень сервиса отеля зависит от стиля и правил управления объектом. В процессе менеджмента гостиницы важны:

- Самоопределение объекта размещения. Отель должен четко заявлять, какому конкретно уровню обслуживания он соответствует.
- Дисциплина персонала в соответствии с заявленной концепцией отеля
- Ориентация на чистоту и персональный сервис.

Выбор типологии категории гостиницы – будь то 3*, 4* или отель Luxe класса заранее формирует у клиента соответствующие ожидания. И конечная его оценка складывается от первоначальных обещаний и их реального воплощения.

2.Документы для контроля

На практике восприятие удобства и оценка качества у руководства гостиницы, их персонала и гостя – разные. Для поддержания общих условий используются официальные документы:

- Регламент власти и обязанностей (кто и кому подчиняется, кто за что отвечает);
- Должностные инструкции для каждого обслуживающего цвета (для бармена это одни действия, для сотрудников ресепшен совершенно другие, для горничной — третьи);
- Стандарты и технические бумаги для соблюдения.

Каждый сотрудник отеля должен подписать «свои» инструкции и обязанности. Так дисциплина будет четче, задачи для персонала яснее.

В условиях усиления конкуренции на рынке гостиничных услуг, возрастания требований гостей к своему проживанию, существенно возрастает роль дополнительных предоставляемых услуг.

Опыт лидеров мирового гостиничного бизнеса позволяет заключить, что одним из основных условий повышения качества обслуживания и максимального удовлетворения потребностей гостей является вовремя проведенное исследование на выявление недостатков, мешающих сотрудникам гостиниц качественно предоставлять услуги и их минимизация.

Существует большое количество литературы и научных работ, посвященных обслуживанию в гостиницах. В основном в данных работах рассматривается общий порядок предоставления услуг, с соблюдением их качества, стандартов, правила повеления персонала и т.д. (Вакуленко Р.Я., Тимохина Т.Д., Кабушкин Н.И., Сорокина А.В. и др.). Однако в специальной литературе мало информации, касающейся проблем с которыми сталкиваются сотрудники и гостиница в целом в процессе обслуживания гостей. Исходя из этого, можно считать данную проблематику мало изученной, и существуют предпосылки для её тщательного исследования.

На сегодняшний день сайты отелей, сетей и ресурсы по бронированию пестрят баннерами с надписью «бесплатно» и «в подарок». Конкурируя между собой, гостиницы стараются предоставить уникальный сервис своим гостям, либо стандартные разновидности платных услуг — безвозмездно.

Наиболее распространенные дополнительные платные услуги в гостиницах:

- Предложение групповых и индивидуальных экскурсий
- Персональный переводчик и гид
- Продажа билетов на культурно-массовые мероприятия
- Обмен валюты
- Ремонт одежды, обуви, химическая чистка и глажка
- Сувенирная продукция
- Аренда площади для деловых переговоров и конференций
- Сауны, бани, спа-салоны, массажные салоны, косметологические кабинеты, парикмахеры
- Покупка и доставка цветов
- Заказ такси

Разумеется, чем большее количество услуг предлагает гостиница бесплатно, тем больше у нее шансов на лидирующие позиции и обратную связь с клиентами. Нарботка хороших отзывов – долгий, затратный и трудоемкий процесс. Высокое качество сервиса, как ничто другое, может помочь в данном вопросе.

Сегодня плохим тоном считается предложение определенного ряда услуг за дополнительную оплату.

Когда-то дорогой интернет, в наше время обязан быть доступным всем свободно. Подробная консультация специалистом ресепшена о проводимых в городе мероприятиях; о том, как добраться до нужного клиенту

места и обратно; о возможности сэкономить средства в городе и прочая полезная информация предоставляется бесплатно. Вызов такси к гостинице не должен быть оплачиваемым ничем, кроме чаевых, максимум.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016) "О защите прав потребителей"
2. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации"
3. ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003). Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов
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. Баумгартен Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия. Учебник; Высшая школа - Москва, 2015. - 340 с.
8. Бариленко В. И. и др. Основы бизнес — анализа: учебное пособие. / под ред. В. И. Бариленко. — М.: КНОРУС, 2014. — 272 с.
9. Бердников В. Основы бизнес – анализа. – М.: КНОРУС, 2014. – 495 с.
10. Брашнов Д.Г. Основы индустрии гостеприимства. – М.: МПСУ, 2014. – 371 с.
11. Брашнов Д.Г. Экономика гостиничного бизнеса. – М.: Инфра-М, 2015. – 498 с.
12. Волков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес; Феникс - М., 2015. - 352 с.
13. Герчикова И.Н. Менеджмент организации. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 162 с.
14. Гиссин В.И. Управление качеством продукции. – СПб.: Питер, 2015. – 309 с.
15. Гостиничное хозяйство / Hotelwesen; НОУ ВПО МПСИ, Флинта - М., 2016. - 344 с.
16. Гостиничный менеджмент. Учебник; КноРус - М., 2016. - 426 с.
17. Гридин А. Д. Безопасность и охрана труда в сфере гостиничного обслуживания. Практикум; Academia - М., 2016. - 316 с.
18. Дементьева С.В. Отельный менеджмент. - Ольборг: Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета, 2015. - 160 с.
19. Елиферов В.Г. Бизнес – процессы: регламентация и управление. – М.: Дашков и К, 2014. – 386 с.
20. Елканова Е.И. Основы индустрии гостеприимства. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 248 с.
21. Кишкель Е.Н. Основы управленческой деятельности. - М.: Инфра-М, 2015. – 504 с.
22. Кусков А.Д. Гостиничное дело. - М.: Дашков и Ко, 2015. – 557 с.
23. Магер В.Е. Управление качеством. – М.: Инфра-М, 2016. – 176 с.
24. Медлик С. Гостиничный бизнес. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 404 с.
25. Михеева Е.Н. Управление качеством. – М.: Дашков и К, 2015. – 532 с.
26. Нечаев Е.И. Организация производства и предпринимательской деятельности. – Краснодар: КубГАУ, 2017. – 266 с.
27. Погодин К. Кейтеринг в России. 20 лет. Истории успеха. – М.: Альпина Пабlishер, 2014. – с.114
28. Погодин К. Кейтеринг: продажа услуг и стратегия отношений. – М.: Кейтеринг Консалтинг, 2015. – с.225
29. Репин В.В. , Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 419 с.
30. Розенков Д.А. Классический менеджмент: организационные структуры управления. – М.: Кнорус, 2014. – 501 с.
31. Салимова Т.А. Управление качеством. – М.: Омега-Л, 2015. – 414 с.
32. Туровец О.Г. Организация производства и управления предприятием. – М.: Инфра-М, 2015. – 508 с.
33. Фрейдина Е.В. Управление качеством. – М.: Омега-Л, 2017. – 189 с.
34. Швандар В.А. Стандартизация и управление качеством продукции. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 484 с.
35. Шипунов В.Г., Кишкель Е.Н. Основы управленческой деятельности. – М.: Инфра-М, 2014. – 504 с.
36. Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 382 с.
37. <http://www.booking.com/> - система отелей по всему миру
38. <http://prohotel.ru/> - портал гостиничного бизнеса
39. <http://tourlib.net/> - книги по гостиничному делу и туризму

40. <http://prohotel.ru/> - портал гостиничного бизнеса

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/66338>