

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/glava-diploma/71280>

**Тип работы:** Глава диплома

**Предмет:** Гостиничное дело

## СОДЕРЖАНИЕ

### ВВЕДЕНИЕ 3

### 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОНЯТИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА 6

1.1 Понятие и характеристики качества гостиничных услуг. 6

1.2 Методы оценки качества предоставляемых гостиничных услуг 12

1.3 Характеристика, этапы и преимущества программы «Тайный гость» 17

### 2 РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ «ТАЙНЫЙ ГОСТЬ» ДЛЯ ОТЕЛЯ «RADISSON BLU HOTEL ROSTOV-ON-DON» 23

2.1 Общая характеристика деятельности и организационная структура отеля «Radisson Blu Hotel Rostov-on-Don»

2.2 Анализ контроля качества предоставляемых услуг в отеле «Radisson Blu Hotel Rostov-on-Don»;

2.3 Разработка программы «Тайный гость» в целях совершенствования работы отеля «Radisson Blu Hotel Rostov-on-Don»

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

### ПРИЛОЖЕНИЕ 1 СХЕМА (АНКЕТА) ПРОВЕРКИ «ТАЙНЫЙ ГОСТЬ»

Должностные обязанности работников службы приема, а также навыки и знания, требуемые для их выполнения, определены профессиональным стандартом. Основными функциями службы приема считаются: бронирование мест в гостинице, регистрация и размещение туристов, оформление расчетов при выезде гостя, предоставление различной информации.

Основные экономические показатели гостиницы «Radisson Blu Hotel Rostov-on-Don» в 2017-2018 гг. представим в таблице 2.1.

Таблица 2.1- Основные экономические показатели отелей «Radisson Blu Hotel Rostov-on-Don» Москве в 2017-2018 гг.

Показатели

2017 г.

2018 г.

Отклонение 2017-2018

абс.

%

Номерной фонд, шт. 249

249

0

0%

Загрузка номерного фонда, %

57%

61%

4%

7%

Затраты на ведение основной деятельности, млн. руб.

100,9

102,3

1,4

1,4%

Выручка от реализации, млн. руб.

111,3

115,1

3,8

3,4%

Среднесписочная численность, чел.

255

248

-7

-3%

Производительность труда, млн. руб. / чел.

0,436

0,464

0,028

6,4%

ФОТ (фонд оплаты труда), млн. руб.

5,61

6,2

0,59

10,5%

Средняя заработная плата, млн. руб.

0,022

0,025

0,003

13,6%

Гостиница «Radisson Blu Hotel Rostov-on-Don Москва» оказывает следующие услуги:

- Ресторан и лобби-бар «Fleur Café»
- 24-часовое обслуживание в номере
- Бизнес-центр
- Магазин
- Мини-тренажёрный зал
- 24-часовая охрана
- Охраняемая парковка
- Услуги прачечной и химчистки
- Банкомат/обмен валют.

В гостинице 16 жилых этажей, на которых расположены 312 номеров и 9 конференц-залов. Гостиница располагает следующими номерами:

- Стандартные однокомнатные номера;
- Номера King (1-комнатные номера с двуспальной кроватью);
- Номера Queen (1-комнатные номера с полутора спальней кроватью и раскладывающимся диваном);
- Номера Twin (1-комнатные стандартные номера с двумя одноместными кроватями);
- Стандартные двухкомнатные номера Suite;

□ Однокомнатные номера повышенной комфортности Executive King(1-комнатные номера повышенной комфортности с большой кроватью);

□ Двухкомнатные номера повышенной комфортности Executive Suite.

На первом этаже гостиницы располагается ресепшен, а также бизнес-центр, предоставляющий услуги аренды офисной техники, секретаря и переводчика, также возможна аренда аудио/визуального оборудования для проведения презентаций. С ориентацией компании на бизнес-клиентов происходит активное развитие конференц-услуг в компании, предоставление залов для проведения мероприятий, участие в организации банкетов.

По уровню цен гостиницы а соответствует статусу 5-звездной гостиницы с сезонными предложениями и выгодными тарифами.

Основной целью компании остается развитие и продвижение на московский рынок гостиничных услуг высокого качества, а также увеличение количества постоянных клиентов, что становится особенно актуально на высококонкурентном рынке.

Практически весь персонал обладает высшим профессиональным образованием, большинство сотрудников знают один и более иностранных языков. Однако если говорить об опыте работы, то многие сотрудники находятся еще только на начальном этапе своей профессиональной деятельности в индустрии гостеприимства.

Управление маркетинговой деятельностью осуществляется директором компании, который определяет вектор рыночного позиционирования и развития.

Основные направления маркетинговой деятельности:

- анализ конкурентной среды,
- определение целевых сегментов и разработка предложений для них,
- работа с определением конкурентных преимуществ,
- разработка пресс-релизов и рекламных материалов,
- формирование специальных предложений,
- разработка и реализация рекламной кампании,
- совершенствование управления рекламной деятельностью.

Непосредственное планирование рекламной деятельности возлагается на менеджера по рекламе и согласовывается директором гостиницы.

В ходе анализа потребителей выявлено, что основными сегментами являются:

- бизнес-туристы – 67%,
- туристы – частные лица – 22%,
- иностранные туристы – 11%.

Таким образом, рекламная деятельность должна быть ориентирована на работу в большей степени бизнес-туристов, так как они обеспечивают заполняемость гостиницы и необходимый объем выручки.

В настоящее время информацию о гостиницы можно получить через ее официальный сайт, где также можно произвести бронирование, а также через следующие рекламные ресурсы:

- Booking.com
- Ostrovok.ru
- Hotels.ru
- 1001 hotels.com
- tripadvizer.ru.

Следует отметить, что у компании не достаточно информативный сайт, который предоставляет все необходимые данные туристам, а также дает возможн Существенным конкурентным преимуществом сайта является возможность продемонстрировать просторность и комфорт номеров, современную обстановку и дизайн.

Использует компания и контекстную рекламу, которая позволяет привлечь внимание тех, кто формулирует свои запросы через поисковые системы в Интернете.

Также информация о компании представлена в социальной сети ВКонтакте, Instagramm, Yuotube и другие.

Не менее значимым является размещение рекламы на таких сайтах как:

- TripAdvisor<http://www.tripadvisor.ru/>
- Booking.com
- местные сайты туроператоров в Москве и Московской области.

Размещение баннерной рекламы в интернете в течение не менее первых четырех месяцев после открытия отеля.

ость бронирования.

## 2.2 Анализ контроля качества предоставляемых услуг в отеле «Radisson Blu Hotel Rostov-on-Don»

Анализ контроля качества предоставляемых услуг в отеле осуществляется под руководством Генерального директора и начинается с оценка качества процесса приема и обслуживания гостей.

Процесс приема и обслуживания гостей осуществляется департаментом приема и размещения и представлен в виде нескольких этапов.

- предварительный заказ (бронирование) места проживания в гостиничном предприятии;
- прием, регистрация, размещение гостей;
- предоставление услуг проживания и питания;
- предоставление дополнительных услуг проживающим;
- окончательный расчет и оформление выезда.

Предварительный заказ мест, регистрация при поселении, расчет за проживание и оказанные услуги, оформление выезда производит дежурный администратор службы приема и размещения. Служба приема и размещения работает круглосуточно.

Первые впечатления гостей о гостинице, сервисе, качестве формируются при обращении в службу приема и размещения.

Процесс регистрации гостей без предварительного бронирования занимает больше времени, иногда до 15 мин. В данном случае администратор учитывает характер размещения, необходимого гостю.

Кроме того, в процессе общения с гостем нужно обсудить такие вопросы, как стоимость номера, сроки размещения, порядок оплаты.

Процесс обслуживания гостей представляет собой последовательность этапов:

- предварительный заказ мест в гостинице;
- прием, регистрация и размещение гостей;
- предоставление услуг, обеспечивающих комфортное пребывание гостей в гостинице;
- окончательный расчет и оформление выезда.

Департамент приема и размещения ГК «Крым» называют «сердцем» отеля. Эта служба, где больше всего контактируют гость и сотрудник, служба, куда чаще всего обращаются за нужной информацией и услугами за время пребывания в гостинице. Первое впечатление гостя о предоставленном ему

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. – Киев, 2015 - 380 с.
2. Балашова Е. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. М-СПб: Вершина, 2008 - 410 с.
3. 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.
4. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве. М: ФиС, 2014 - 240с.
5. Винтайкина Е.В., Фаель Л.М. Применение программы «Тайный гость» с целью контроля деятельности отелей // Образование. Наука. Научные кадры. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primeneniye-programmy-taynyy-gost-s-tselyu-kontrolya-deyatelnosti-oteyey> (дата обращения: 18.05.2019).
6. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес. Р-н-Д:Феникс, 2016- 336 с.
7. ГОСТ Р 51185—98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»
8. Гостиничный бизнес в России под влиянием кризиса: текущее состояние и перспективы развития <http://mi.aup.ru>
9. Гражданский кодекс России.
10. Егоров А. Контроль качества в отеле возлагается на гостей // <http://www.hotelexecutive.ru/article.php?numn=8115>
11. Ехина М.А. Организация обслуживания в гостиницах. М:Академия, 2015 - 448 с.
12. Закон России «О защите прав потребителей» (в последней редакции от 7 февраля 1992 года за номером 2300-1).
13. Защита прав потребителя гостиничных услуг // <http://uropora.ru/zashhita-prav-potrebitelej/osnovnyye-prava-potrebitelej/zashhita-prav/zashhita-prav-potrebitelej-gostinichnyx-uslug.html>
14. Кобяк М.В., Скобкин С.С. Управление качеством в гостинице: Учебное пособие – М.: Инфра-М, 2012 - 453

с.

15. 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.
16. Котлер Ф., Боуэн Дж. Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/ Пер. с англ. Под ред. Р.Б. Ноздревой. М.: ЮНИТИ, 2015 - 723 с.
17. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания М: Академа, 2015 - 343 с.
18. Маркетинговое исследование и анализ российского рынка гостиниц РФ от 30.10.2012 // Сайт <http://rumetrika.rambler.ru/research/1732/5477>
19. Медлик С. Гостиничный бизнес: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011 - 278 с.
20. Меркушова Н. И. Интегрированные системы менеджмента: предпосылки создания на российских предприятиях [Текст] / Н. И. Меркушова, Ю. А. Науменко, Ю. А. Меркушова // Молодой ученый. — 2013. — №12. — С. 329
21. Овчаров А.О. Туристический комплекс России. Тенденции, риски, перспективы. М:Инфра-М, 2011 -420 с.
22. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник под ред. Лесника А.Л., Мацицкого И.П. М: ИКЦ МАРТ, 2012 - 436 с.
23. Организационная структура гостиницы // <http://prohotelia.com.ua>
24. Правила предоставления гостиничных услуг в России (утвержденные ПП РФ от 25 апреля 1997 года за номером 490).
25. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ (утв. Постановлением Правительства от 25.04.1997 № 490).
26. Руденко Л.П. Технологии гостиничной деятельности. М:Дашков и К, 2014 - 338 с.
27. 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)
28. Шокина Л.И. Оценка качества менеджмента компаний: Учебное пособие / Под ред. проф. М.А. Федотовой.- М.: КНОРУС, 2013. С.17

*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/glava-diploma/71280>*