

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия
наименование кафедры

Оценка качества услуг на гостиничном предприятии
наименование темы выпускной квалификационной работы
(на примере гостиницы «Жемчужина»)

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента(ки) 5 курса 551 группы

направления (специальности) 43.03.01 – Сервис
код и наименование направления (специальности)

Институт истории и международных отношений

наименование института

Аяцковой Татьяны Михайловны

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

к.э.н., доцент
должность, уч.степень, уч.звание

подпись, дата

Е.В. Иванова
инициалы, фамилия

Зав.кафедрой

д.э.н. профессор
должность, уч.степень, уч.звание

подпись, дата

Т.В.Черевичко
инициалы, фамилия

Саратов 2018

Введение

Туристическая отрасль коренным образом связана с гостиничным хозяйством, так как невозможно себе представить оказание продолжительных туристических услуг без размещения потребителей с целью организации их ночлега в отдалении от места их постоянного проживания. Поэтому средства размещения индустрии гостеприимства являются основным инфраструктурным элементом, необходимым для функционирования туризма. С каждым годом потребности клиентов растут и требования становятся выше. Чем выше уровень качества обслуживания и предоставления услуг на предприятии, тем выше репутация отеля, тем больше она вызывает надежности у клиентов и, как следствие, тем больше прибыль самого предприятия. Хорошая репутация отелей с высоким уровнем обслуживания является одной из главных задач для их руководителей. Для обеспечения качества обслуживания и предоставления услуг на высоком уровне требуется коллективная работа всех сотрудников подразделений, контроль над качеством обслуживания, изучение мирового опыта, введение новых видов услуг и т. д.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что для обеспечения качества обслуживания и предоставления услуг на высоком уровне требуется коллективная работа всех сотрудников подразделений, контроль над качеством обслуживания, изучение мирового опыта, введение новых видов услуг и т. д.

Цель исследования состоит в изучении проблем управления качеством услуг, оказываемых гостиничными предприятиями, и разработке рекомендаций по его совершенствованию.

Задачи исследования:

- рассмотреть особенности и классификацию услуг средств размещения на рынке;
- исследовать систему оценки и управления качеством услуг средств размещения;

- дать организационно-экономическую характеристику гостиницы «Жемчужина»;
- провести анализ качества услуг размещения и организации обслуживания гостей гостиницы «Жемчужина»;
- определить возможность организации предоставления дополнительных услуг;
- охарактеризовать направления повышения квалификации персонала гостиницы «Жемчужина».

Объект исследования - гостиница «Жемчужина».

В разработке теоретических вопросов были использованы теоретические и методологические разработки отечественных и зарубежных ученых и практиков в области качества, теории организации и управления, маркетинга, экономики сферы услуг и туризма, в том числе Баумгартена Л.В., Гареева Р.Р., Джанджугазовой Е.А., Дмитриевой Н.В., Иванова К., Кошелевой К., Ляпиной И.Ю., Назаровой Л.Д., Чудновского А.Д., Никольской Е.Ю., Саратовцева Ю.И., Турковского М. и др.

Практическая значимость исследования заключается в том, что внедрение разработанных рекомендаций в практику туристской и гостиничной деятельности позволит повысить финансовые результаты деятельности, улучшить имидж России как страны, благоприятной для развития въездного и внутреннего туризма, основных поставщиков туристов, улучшить конъюнктуру рынка турпродуктов.

Работа состоит из введения, трёх глав, разделенных на параграфы, заключения, списка литературы и приложений.

Основное содержание работы

В соответствии с международным стандартом ИСО 9000:2000 «качество – это совокупность свойств и характеристик продукции, которые

придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности»¹.

В мире применяются различные подходы к оценке качества предоставления услуг в средствах размещения. Некоторые страны при указанной оценке прерогативу оставляют за качеством процесса обслуживания (Швейцария), Россия же пошла по другому пути и при решении указанного вопроса предпочтение отдает технической составляющей средств размещения.

После отмены Правил сертификации туристских услуг и услуг гостиниц с 1 сентября 2000 года классификация по категориям должна была производиться в добровольном порядке. Эта норма была отражена в последующих утвержденных национальных стандартах Российской Федерации и сохранилась до настоящего времени. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» был введен в действие с формулировкой «для добровольного применения». Ныне действующий национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51185-2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» предусматривает необходимость соответствия средств размещения определенным требованиям, но не устанавливает обязательность классификации.

Обеспечение качества оказания гостиничных услуг базируется на разработке управленческих решений и осуществлении единого комплекса управленческих действий, направленных на планирование, предоставление и реализацию услуг надлежащего уровня качества. К обеспечивающим элементам качества гостиничных услуг относятся: грамотно организованная система управления качеством, наличие соответствующей материально-технической базы и квалифицированный персонал, что в полной мере отражает требования международного стандарта ИСО 9000.

¹ ГОСТ Р ИСО 9000 - 2008 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»

Можно выделить два основных направления обеспечения качества предоставления услуг, которые вытекают из сущностных характеристик дефиниции «качество обслуживания»: определение, анализ и контроль полезных характеристик процесса оказания услуги и определение, анализ и контроль недостатков в процессе предоставления услуги. Первое направление предполагает разработку процессов предоставления услуг с опорой на широкую маркетингово-аналитическую базу предпочтений клиентов. Второе направление предполагает наличие на предприятии действующей системы операционных процессов предоставления услуг без учета конкретных потребительских предпочтений, но при этом внедрение строгого контроля за недостатками в обслуживании и их последующим устранением.

Все услуги, которые гостиничное предприятие предлагает гостям, должны подвергаться постоянному мониторингу и контролю. Существенная часть времени менеджеров среднего звена в отеле должна уходить как раз на совершенствование качества оказания услуг, формирование комплексных пакетов и поиск новых форм продвижения. В случае с гостиничным бизнесом коммерческий эффект может быть только результатом удачной продажи качественных услуг и целиком и полностью зависит от корректно выстроенных процедур их оказания.

В ходе исследования проблем управления качеством услуг, оказываемых гостиничными предприятиями, и разработке рекомендаций по его совершенствованию исследована система управления качеством в гостинице «Жемчужина».

К основным видам деятельности гостиницы «Жемчужина» относятся:

1. Предоставление номеров (мест в номерах) в гостинице «Жемчужина» для временного проживания граждан, а также дополнительных услуг в виде общественного питания, связи, бытового обслуживания и других услуг, которые могут быть предоставлены проживающим;

2. Информирование о перечне услуг, прейскуранте цен на услуги, предоставление информации о форме и порядке оплаты услуг, а также информации о подтверждении соответствия услуг требованиям технических нормативных правовых актов;

3. Организация оформления необходимых для заселения в гостиницу документов;

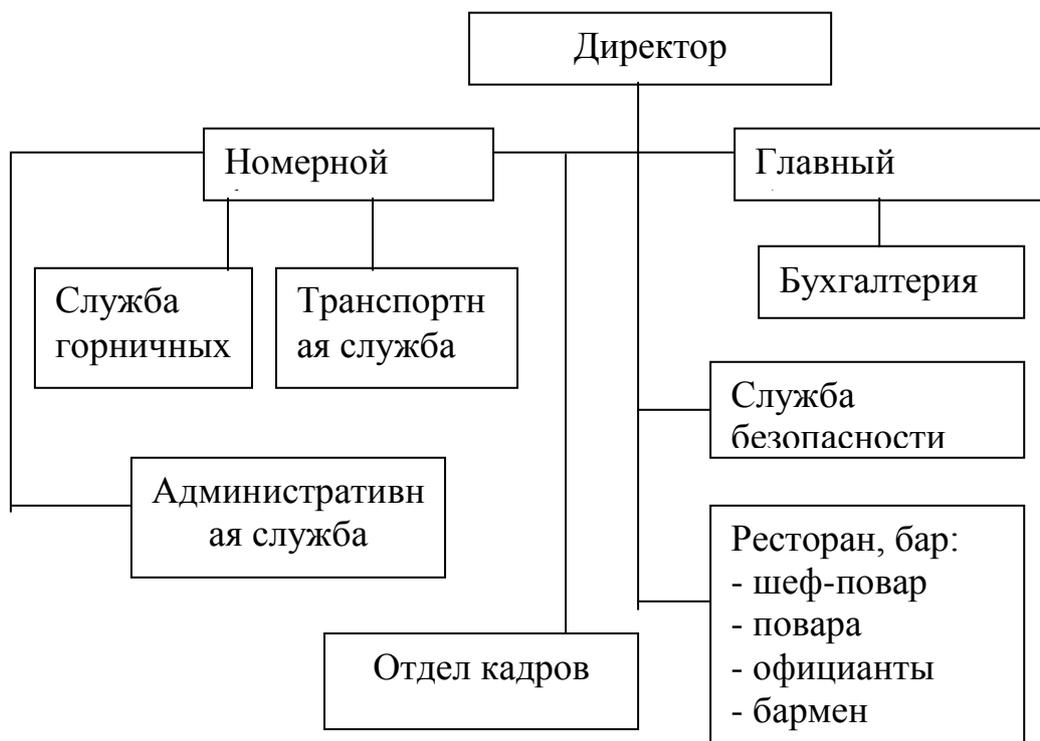
4. Осуществление систематического контроля за правильным взиманием оплаты за проживание в гостинице;

5. Своевременное рассмотрение в установленном порядке предложений, жалоб и заявлений проживающих граждан, связанных с их хозяйственно-бытовым обслуживанием, и принятие необходимых мер по удовлетворению их требований;

6. Обеспечение своевременной и правомерной постановки вопроса об отнесении гостиницы к разрядам и номеров в гостинице к категориям.

Гостиница «Жемчужина» использует иерархический метод управления организацией. Тип организационной структуры – линейный: отношения строятся по принципу «руководство – подчинение», воздействие возможно только на ограниченный круг непосредственных подчиненных (Рис. 1).

Рисунок 1 - Организационная структура гостиницы «Жемчужина»



В ходе исследования установлено, что основной проблемой гостиницы «Жемчужина» является высокая конкуренция в отрасли. Основными конкурентами гостиницы «Жемчужина» являются следующие гостиницы бизнес-класса: «Загреб», «Даниловская», «Саратов», «Словакия».

В ходе анализа конкурентоспособности гостиницы «Жемчужина» проведена сравнительная характеристика конкурентов (Табл. 1).

Таблица 1. Сравнительная характеристика предприятий – конкурентов

Критерий	Словакия	Саратов	Жемчужина	Даниловская	Загреб
1. Известность бренда	15	15	15	10	7
2. Месторасположение	15	15	15	15	6
3. Интерьер	15	13	13	12	9
4. Широта ассортимента услуг	15	8	10	10	9
5. Уровень цен	10	10	14	14	15
6. Реклама	15	8	10	7	3
7. Рекламная продукция	15	10	15	7	3
8. Сервис и качество обслуживания	15	15	14	13	10
9. Профессионализм обслуживающего персонала	15	14	14	13	11
10. Дисконтные программы	14	14	10	10	5
11. Кол-во номеров	15	15	10	10	3
12. Уникальное торговое предложение	15	13	0	0	0

Выявлено, что гостиница «Жемчужина» в некоторых моментах уступает конкурентам, например: по широте ассортимента услуг, интерьеру, профессионализму обслуживающего персонала, количеству номеров, рекламе и дисконтным программам – лидеру – гостинице «Словакия»; сервису и качеству обслуживания—«Словакии» и «Саратову»; по уровню цен – отелю «Загреб», цены которого на порядок ниже, однако и качество обслуживания не наивысшее; в компании отсутствует уникальное торговое предложение. Для гостиниц «Словакия» и «Саратов» оно заключается в

наличии конференц-залов, ресторана высокой кухни, сауны в номерах «люкс».

Вместе с тем, выявлены и преимущества гостиницы, такие как: известность бренда «Жемчужина» как сети гостиничных предприятий; удобное месторасположение в историческом, культурном и деловом центре г. Саратова; наличие рекламной продукции, т.к. компания активно продвигает свои услуги, выпуская различную рекламную и подарочную продукцию для клиентов.

Процесс обслуживания в гостиницы «Жемчужина» состоит из таких этапов, как: бронирование; предоставление услуг проживания; предоставление дополнительных услуг; расчет и оформление выезда.

К услугам гостей гостиницы «Жемчужина» представлено 68 номеров различной ценовой категории. Номера гостиницы оборудованы всем необходимым для отдыха постояльцев, а также для плодотворной работы.

В процессе исследования был проведён опрос, выявляющий удовлетворенность клиентов качеством услуг гостиницы «Жемчужина».

По результатам опроса сделан вывод, что большинство гостей гостиницы «Жемчужина» удовлетворены качеством оказанных услуг гостиницы (Табл. 2-3 Рис. 2).

Таблица 2. Удовлетворённость клиентов обслуживанием персонала гостиницы «Жемчужина»

№ п/п	Характеристики	Полностью удовлетворен	Удовлетворен	Отчасти удовлетворен, отчасти - нет	Не удовлетворен	Совсем не удовлетворен
1.	Грамотность (речь, жесты)	46 %	41%	13%	-	-
2.	Обаяние, вежливость	80%	15%	5%	-	-
3.	Гостеприимство	84%	15%	1%	-	-
4.	Быстрота обслуживания	67%	28%	5%	-	-
5.	Внимательность	90%	9%	1%	-	-
6.	Приветствие/прощание с гостем	81%	17%	2%	-	-
7.	Размещение гостей	73%	20%	8%	-	-

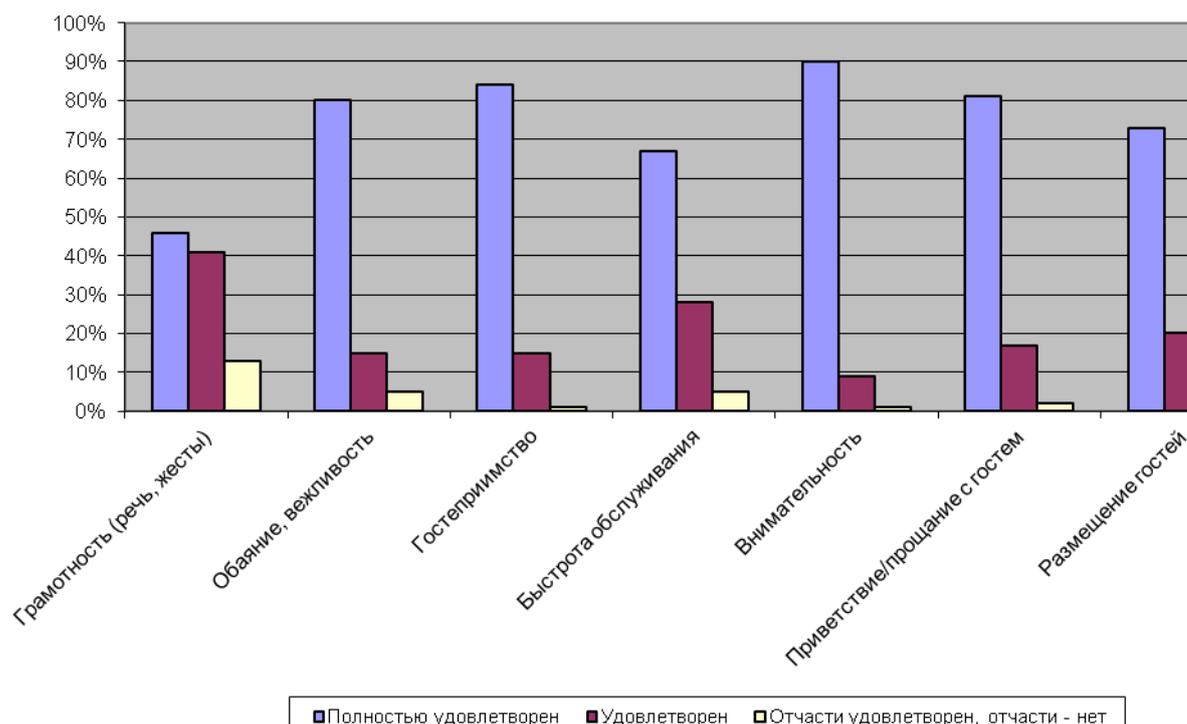


Рисунок 2 – Удовлетворённость гостей качеством обслуживания в гостинице «Жемчужина»

Таблица 3. Удовлетворённость клиентов уровнем и качеством предоставленных услуг гостиницы «Жемчужина»

№ п/п	Характеристики	Очень понравилось	Понравилось	Отчасти понравилось, отчасти - нет	Не понравилось	Совсем не понравилось
1.	Питание	69%	29%	2%	-	-
2.	Уборка номера	67%	28%	5%	-	-
3.	Принятие вещей в камеру хранения	45 %	41%	14%	-	-
4.	Оказание первой медицинской помощи, аптечка	81%	17%	2%	-	-
5.	Будильник в определенное время	52%	40%	8%	-	-
6.	Справочная информация (о транспорте, достопримечательностях и т.д.)	74%	14%	12%	-	-
7.	Тренажерный зал, бассейн, сауна	90%	9%	1%	-	-
8.	Удобства в номере	97%	2%	1%	-	-
9.	Услуги гостиницы в целом	68%	17%	15%	-	-

Вместе с тем, в ходе исследования установлены проблемы, связанные с качеством обслуживания:

- в процессе формирования качества услуг гостиницы «Жемчужина» образуются два разрыва;

- отсутствие службы бронирования номеров;

- отсутствие системы повышения квалификации персонала.

Для устранения разрывов гостинице «Жемчужина» рекомендовано изучение потребностей и ожиданий потребителей, чтобы представления менеджмента и стандарты качества, принятые в гостинице, соответствовали требованиям рынка.

Для изучения потребителей и оценки удовлетворенности обслуживанием гостинице «Жемчужина» предложено применение анкет, позволяющих получить более подробную информацию о конкретном госте, его ожиданиях и предпочтениях, а также оценить качество обслуживания. Гостинице «Жемчужина» предложено два варианта анкеты: анкета для оценки удовлетворенности качеством обслуживания в гостинице и анкета для оценки качества обслуживания в кафе.

Для улучшения качества обслуживания клиентов в гостинице «Жемчужина» предлагается введение в структуру управления службы бронирования.

К функциям службы бронирования относятся:

1. Прием заявок и их обработка.

2. Составление необходимой документации: графиков заезда на каждый день (неделю, месяц, квартал, год), карты движения номерного фонда.

Кроме того, в ходе исследования разработаны мероприятия по повышению квалификации персонала гостиницы.

Процесс обучения предлагается проводить без отрыва от работы, непосредственно в гостинице в конференц-зале «Достоевский». В гостинице работает 20 горничных. Свободные от работы горничные могут прослушать

курс лекций, участвовать в тренингах, играх. На время проведения лекций можно оставить на этаже по одному дежурному.

Предлагается заключение договора на проведение курса повышения квалификации с Саратовским Государственным техническим университетом. Университет имеет лицензию на образовательную деятельность, поэтому затраты на обучение относятся к себестоимости услуг.

Работа на семинарных заседаниях и лекциях позволит познакомиться также с опытом коллег, проинформировать о практической деятельности коллектива гостиницы по подготовке кадров для индустрии гостеприимства.

По окончании программ обучения, на ту или иную тему, проводится два вида оценки результатов, в зависимости от времени ее проведения. Оценка, проводимая сразу после окончания программы, позволяет увидеть некоторые изменения; оценка, сделанная через 4-6 месяцев после завершения программы, позволит получить совсем иную (и, возможно, самую ясную) картину перемен. Оценка результатов по окончании учебных программ имеет то преимущество, что информация собирается из различных источников и эффективность курса оценивается больше практическим путем, чем теоретически.

Одновременно, разработана система доставки заказов в номер.

Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий показала, что внедрение мероприятий по совершенствованию процесса бронирования, возможность доставки заказа в номер, а также развитие персонала являются экономически эффективными и прибыльными.

Заключение

В последние годы внутренний туризм в России развивается высокими темпами, чему способствуют как внешнеполитическая и экономическая ситуация, активная поддержка со стороны государства и региональных властей, так и возрастающий спрос на внутреннем рынке. Гостиничный бизнес является важнейшим фактором развития туристической отрасли, выступает основой туристского продукта. Качество туристических услуг в первую очередь зависит от объектов размещения. При этом в настоящее время существует большое количество разнообразных объектов размещения: гостиничные комплексы, мотели, хостелы, апартаменты, туристические комплексы, частный сектор. Эти объекты отличаются по условиям размещения, количеству номеров, набору предоставляемых услуг.

При исследовании качества обслуживания в гостинице «Жемчужина» были выявлены следующие особенности:

1. Неопределенные желания потребителя. Часто возникают ситуации, когда турист не знает, какой вид туризма его больше интересует, куда он хочет поехать, где остановиться, что посетить, какими услугами воспользоваться и т.д. В таком случае первоочередная задача, которая стоит перед гостиницей — стимулирование сбыта собственных услуг.

2. Невозможность иметь представление об оказанной услуге заранее до ее потребления. Поэтому большое значение имеет имидж предприятия на рынке и положительные отзывы о нем от постоянных клиентов.

3. Фактор сезонности. В межсезонье требуются дополнительные меры по привлечению туристов: акции, дополнительные бонусы, снижение цен.

4. Отсутствие возможности оказать услугу в другом месте, так как они привязаны к определенной территории.

5. Местная раздельность потребителя и клиента на рынке. Важным является информирование об услугах на уровне государства и международном уровне.

6. Различное время реализации и потребления туруслуги. Огромное значение имеет достоверность информации о надежности турпродукта, которую потребитель получает из внешних потоков.

Для решения проблем управления качеством обслуживания в гостинице «Жемчужина» предложены следующие направления:

1. Совершенствование технологии обслуживания клиента. На первое место необходимо ставить личные интересы, мотивы и потребности потребителя, требуется оказывать ему помощь и оказывать уважительное отношение.

2. Автоматизация процесса управления качеством обслуживания. Совокупная автоматизация даст возможность: получить актуальную информацию о состоянии турпродукта или услуги; улучшить и ускорить работу с потребителем; эффективного управления на всех уровнях; проведения более тщательного контроля.

3. Введение системы контроля качества обслуживания, закрепление данных обязанностей за определенными сотрудниками.

4. Предприятие должно предоставлять потребителю точную и достоверную информацию об услугах, чтобы не возникало разрывов между ожидаемым и воспринятым качеством обслуживания.