

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

Качество услуг в сфере гостеприимства

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента (ки) __5__ курса __551__ группы

направление 43.03.01 – Сервис

Института Истории и Международных Отношений

Кругликовой Юлии Юрьевны

Научный руководитель

доцент, к.э.н.

Е. В. Иванова

Зав. кафедрой

проф., д.э.н.

Т. В. Черевичко

Саратов 2018

Введение

В производстве и потреблении гостиничных услуг важнейшую роль играют вопросы качества. Без качественного обслуживания гостиничное предприятие не способно добиваться своих главных целей. Эволюция развития различных гостиничных корпораций и цепей, как правило, свидетельствуют, что прибыль есть результат качества. Успешная реализация качественного продукта потребителю является главным источником существования предприятия.

Перед гостиничным предприятием стоит задача предоставления и поддержания качества обслуживания на должном уровне, своевременного устранения недостатков в предоставлении услуг, разработки стратегии улучшения обслуживания

.Опыт становления рынка в России свидетельствует, что интересы частных предпринимателей, практиков туризма и гостеприимства носят подчас сиюминутный личностный, групповой или корпоративный характер, оставляя в стороне проблемы потребителя и, как следствие, долгосрочного развития, социальные и культурные интересы мест туристского посещения, государства и общества в целом.

В существующих условиях вопросы обеспечения качества как залога благополучного развития гостинично-туристской сферы встают особенно остро. Вполне очевидно, что без решения данных вопросов, как на микро- так и на макроэкономическом уровнях, достичь успеха в развитии туризма невозможно, а масштабные рекламные действия станут неоправданными.

Актуальность данной работы заключается в том, что в условиях современного рынка, жестокой конкуренции организаций гостиничного бизнеса важным направлением деятельности гостиниц является изучение и совершенствование качества гостиничных услуг. Совершенствование качества гостиничных услуг является одним из необходимых условий для успешной деятельности организации, её конкурентоспособности.

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 Сорокиной А.В., Огневой С.В., Могильного Н.П., Лайко М.Ю..¹

Объект исследования: Гостинично-оздоровительный комплекс «Сокол» (далее – ГОК «Сокол»).

Предметом исследования служат вопросы оценки и обеспечения качества услуг предприятия гостиничной индустрии.

Цель исследования состоит в изучении методов и способов оценки качества услуг в гостиничном комплексе.

Задачи исследования:

- рассмотреть понятие и показатели качества услуг;
- изучить стандартизацию в сфере услуг, а также внутрифирменные стандарты;
- освоить сущность системы всеобщего управления качеством(TQM);
- проанализировать качество услуг ГОК «Сокол»;
- оценить качество услуг размещения и рассмотреть организацию обслуживания ГОК «Сокол»;
- разработать мероприятия повышения качества обслуживания ГОК «Сокол»;

¹ Лайко М. Ю. Ценовое позиционирование на гостиничных предприятиях как основа эффективных продаж / М. Ю. Лайко, А. Н. Латкин, Е. Л. Ильина // Современные проблемы сервиса и туризма. - 2015. - № 2. – С.2-4.; Могильный М. П. Организация и технология обслуживания питанием в гостиничных комплексах (рекомендации, перспективы, проектирование) / М. П. Могильный, А. Ю. Баласанян. - М. : ДеЛи принт, 2012. – С.28-36.; Огнева С. В. Акцентирование в оценке качества гостиничных услуг / С. В. Огнева // Стандарты и качество. - 2015. - № 3. - . С.5-8.; Сорокина А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для сред. проф. образования / А. В. Сорокина. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2014. –С.20-24.

- произвести расчёт экономической эффективности мероприятий повышения качества обслуживания в ГОК «Сокол».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Во введении обосновывается актуальность темы, определяются цель и задачи выпускной квалификационной работы. В первой главе «Теоретические аспекты оценки качества услуг в гостиничном комплексе» рассматривается сущность понятия «качество услуги « в гостиничном комплексе.. Во второй главе «Анализ качества услуг ГОК "Сокол"» представлен анализ качества услуг ГОК «Сокол», а также анализируется качество услуг размещения в данном комплексе. В работе использовались такие методы исследования, как: включенное наблюдение во время работы в ГОК « Сокол», анкетирование клиентов ГОК «Сокол», анализ документации ГОК « Сокол».

Выпускная квалификационная работа носит прикладной характер, т.к. представленные результаты исследования могут служить для гостиничного комплекса основой для улучшения качества предоставляемых услуг.

Основное содержание выпускной квалификационной работы

Качество туристической продукции и услуг – это не только определенный уровень технической базы, технологии, экономики, организации производства и культуры, но и соответствующий уровень профессионализма и культуры управленческих отношений. Недостаточное внимание к процессу управления может снизить или свести к нулю эффект от использования самой современной технологии. Опыт показывает, что в 80% случаев проблемы качества вызваны потерей управления компанией. Достижение необходимого качества связано с постоянным динамическим процессом по его совершенствованию.

На этапе предложения основной критерий качества — оперативность, выраженная через время: дозвона в агентство, ответа на запрос, рассмотрения жалобы, оформления покупки.

В системе менеджмента качества в сфере услуг экономия времени включает прямое указание на действие: мы вам перезвоним (голосовая почта), мы работаем круглосуточно (служба 24 часа), мы позаботимся о своевременной доставке документов (срочная курьерская доставка), вы будете всегда в курсе дела (автоматическое оповещение о состоянии заказа).

Следующий критерий — количество вариантов — выражается, например, для авиабилетов автоматической проверкой самого дешевого тарифа, самого удобного рейса, лучшего тарифа на ближайшую дату вылета. Для туристической поездки — предложением самого выгодного варианта тура, подбором нескольких курортов и стран по критериям поиска.

Критерий «цена» как мотивация на продажу активно поддерживается туристическим рынком: «цена ваша, дата наша», «дети летят бесплатно», «бесплатное пятидневное путешествие для пяти свадебных пар». Однако блиц-опрос туристов со стажем показал, что в условиях современной экономики при выборе агентства они ориентируются на рекомендации, учитывают личное впечатление, обращают внимание на профессионализм менеджеров, комфорт и заботу о клиенте всеми сотрудниками — от секретаря до руководителя фирмы.

Качество обслуживания является бесплатной добавленной ценностью к цене, но при прочих равных условиях играет роль катализатора при принятии решения о покупке и является дополнительным аргументом о влиянии нематериального фактора на конкурентоспособность фирмы.

Определить качество услуги можно, прибегнув к основным критериям их оценки, а именно: четкое понимание запросов клиента; информирование клиентов об услуге и ее выгодах; репутация гостиницы в отношении реализации услуги; безопасность оказания и отсутствие риска; надежность; заинтересованность (внимательность по отношению к клиенту); осязаемость

(сопутствующий оказанию услуги комфорт); профессионализм (компетентность персонала для реализации услуг)².

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.

Было выявлено две составляющих качества любой услуги:

- техническое качество (что предоставляется?);
- функциональное качество (как предоставляется?).

Был сделан вывод, что самым важным аспектом в современных гостиничных предприятиях является управление качеством обслуживания, что предусматривает разработку и внедрение стандартов качества, обучение персонала, контроль, корректировку, совершенствование обслуживания на всех участках деятельности гостиницы.

В практической части была представлена общая характеристика ГОК «Сокол». Гостиничный комплекс ГОК «Сокол» расположен в тихой жилой зоне около зеленого лесного массива, в 30-и минутах езды от делового центра города, ж/д вокзала и аэропорта.

92 современных комфортабельных номера различной вместимости от эконом-класса до люкса и апартаментов всегда готовы принять гостей и жителей города. Цены в ГОК «Сокол» соответствуют рыночным, находятся на среднем уровне. Целевой аудиторией ГОК «Сокол» являются гости приезжающие индивидуально с деловыми (служебными) целями в город

Саратов, проживающие в гостинице около 1-3 суток, приезжающие индивидуально с деловыми (служебными) целями. Одним из преимуществ ГОК «Сокол» является предоставление дополнительных услуг: в данном комплексе имеется бассейн и сауна, тренажерный зал.

В ходе проведенного исследования оценки качества оказываемых услуг в ГОК «Сокол» выяснилось, что большинство гостей ГОК «Сокол» удовлетворены качеством оказанных услуг гостиницы.

Однако существуют и некоторые проблемы связанные с качеством обслуживания. Это обусловлено тем, что требования клиентов по предоставлению высокого качества обслуживания постоянно возрастают и меняются. В связи с этим предлагается осуществить в ГОК «Сокол» ряд мероприятий, которые позволят поднять качество обслуживания гостей на новый уровень и тем самым повысить удовлетворенность клиентов отеля.

Мероприятие 1. Повышение уровня квалификации персонала;

Мероприятие 2. Внедрение пластиковых ключей и электронных замков, а также печать анкет.

Оценка экономического эффекта данных мероприятий показала, что данные мероприятия являются экономически выгодными. Их внедрение позволит организации повысить качество обслуживания клиентов.

Вопросы обеспечения надлежащего качества услуг были актуальны во все времена, но особую остроту они приобрели в период становления и активного развития рыночных отношений. Роль и значение качества постоянно возрастает под влиянием развития технологий и потребностей человека.

Таким образом, проблема качества услуг в гостиничном сервисе была и остается актуальной. Она является стратегической проблемой, от решения которой зависит конкурентоспособность предприятий, развитие индустрии гостеприимства.

На основании проведенного исследования, можно сделать следующие выводы.

При помощи анкетирования был произведен анализ качества услуг размещения в ГОК «Сокол», который показал, что в целом удовлетворенность клиентов ГОК «Сокол» довольно высока, но требуется ее повышение.

Проанализировав литературные источники, посвященные качеству услуг в гостинице, был сделан вывод о том, что в условиях жесткой конкуренции в индустрии гостеприимства, совершенствование качества обслуживания является незаменимым фактором для развития предприятия... Для того, чтобы обеспечивать высокое качество обслуживания, руководству гостиницы необходимо уделять большое внимание оценке качества и обучению персонала.

Для повышения качества обслуживания в ГОК «Сокол» были предложены следующие мероприятия:

Мероприятие 1.Повышение уровня квалификации персонала;

Мероприятие 2.Внедрение пластиковых ключей и электронных замков, а также печать анкет.

Оценка экономического эффекта данных мероприятий показала, что данные мероприятия являются экономически выгодными. Их внедрение позволит организации повысить качество обслуживания клиентов.

Наиболее эффективным по показателю выручки является внедрение мероприятия 2 «Внедрение электронной системы замков и ключей, а также печать анкет». При увеличении выручки на 1002,6 тыс.руб. и увеличении себестоимости на 719,58 тыс.руб. организация сможет получить дополнительный объем прибыли в размере 283,02 тыс.руб.

Внедрение мероприятия 1 «Повышение квалификации персонала» является также экономически эффективным. При увеличении выручки на 501,3 тыс.руб. и увеличении себестоимости на 336,19 тыс.руб. организация сможет получить дополнительный объем прибыли в размере 165,11 тыс.руб.