

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг
Кафедра гостиничного дела

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ М. Д. Батраев
подпись инициалы, фамилия
« _____ » _____ 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.03 Гостиничное дело
код и наименование направления подготовки

43.03.03.02.01 Ресторанное дело
код и наименование профиля подготовки

Разработка комплекса мероприятий по улучшению качества гостиничных
услуг на примере «Отеля Колос» в г. Красноярске
тема

Руководитель _____ доцент, канд.техн.наук О. М. Сергачева
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ Д. А. Суранова
подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролер _____ О. М. Сергачева
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2022

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра гостиничного дела

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ М. Д. Батраев
(подпись) (инициалы, фамилия)
« ____ » _____ 2022 г.

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

в форме _____ **бакалаврской работы** _____
(бакалаврской работы, дипломного проекта, дипломной работы, магистерской диссертации)

Красноярск 2022

Студенту (ке)

Сурановой Диане Андреевне

(фамилия, имя, отчество студента(ки))

Группа ТТ18-03БПГР направление подготовки 43.03.03

(код)

Гостиничное дело

(наименование)

профиль 43.03.03.02.01 Ресторанное дело

Тема выпускной квалификационной работы

Разработка комплекса мероприятий по улучшению качества гостиничных услуг на примере «Отеля Колос» в г. Красноярске

Утверждена приказом по университету от 23.03.2022 № 4548/с

Руководитель ВКР

О.М. Сергачева, канд.техн.наук, доцент, доцент кафедры гостиничного дела ИТиСУ

(инициалы, фамилия, должность и место работы)

Исходные данные для ВКР фактические данные представленные гостиницей «Отеля Колос», литературные источники по теме ВКР

Перечень разделов ВКР

1. Теоретические аспекты анализа качества гостиничных услуг
2. Анализ качества гостиничных услуг в отеле «Колос»
3. Совершенствование качества гостиничных услуг в отеле «Колос»

Перечень графического или иллюстративного материала: графический материал отсутствует

Руководитель ВКР

_____ (подпись)

О. М. Сергачева

(инициалы и фамилия)

Задание принял к исполнению

_____ (подпись)

Д. А. Суранова

(инициалы и фамилия студента(ки))

«06» апреля 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1 Теоретические аспекты анализа качества гостиничных услуг.....	7
1.1 Гостиничные услуги: понятие, классификация, особенности	7
1.2 Основные показатели качества гостиничных услуг.....	11
1.3 Методы оценки качества гостиничных услуг	14
1.4 Способы улучшения качества гостиничных услуг.....	23
2 Анализ качества гостиничных услуг в гостинице «Колос».....	28
2.1 Характеристика отеля «Колос»	28
2.2 Характеристика гостиничных услуг в отеле «Колос»	35
2.3 Оценка качества гостиничных услуг в отеле «Колос».....	38
3 Совершенствование качества гостиничных услуг в отеле «Колос».....	44
3.1 Разработка мероприятий по улучшению качества гостиничных услуг в отеле «Колос»	44
3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий.....	48
Заключение	53
Список использованных источников	56
Приложение А Рабочий лист экспертизы качества гостиничных услуг по SWOT-анализу	60
Приложение Б Рабочий лист экспертизы эффективности деятельности по предоставлению гостиничных услуг	61

ВВЕДЕНИЕ

Гостиничный рынок в наше время становится все более распространённой и популярной ветвью экономической деятельностью. Гостиницы борются за конкурентоспособность, поэтому предлагают большой спектр гостиничных услуг для своих гостей.

Конкурентная среда обязывает туристские предприятия уделять особое внимание взаимоотношениям с клиентами. Качество обслуживания стало наиболее значимым фактором успеха в сфере туристского бизнеса. Только отличный сервис способен увеличить число лояльных, постоянных клиентов. За счет роста клиентов усиливается имидж туристского предприятия, и растут прибыли и другие финансовые показатели.

В связи с этим каждой гостинице следует уделять пристальное внимание качеству оказываемых гостиничных услуг, так как это напрямую влияет на загрузку предприятия, на ее рентабельность и полученную в будущем прибыль.

В связи с этим на передний план выходит проблема разработки методических рекомендаций по эффективному управлению качеством предоставления услуг в гостиничном бизнесе. При этом рекомендации должны отличаться целостностью, системностью, универсальностью и должны быть пригодны для применения во всех видах гостиниц.

Из всего вышесказанного вытекает актуальность темы данной бакалаврской работы «Разработка мероприятий по повышению качества услуг в гостиничном бизнесе на примере отеля «Колос».

Цель бакалаврской работы – разработать комплекс мероприятий по повышению качества услуг в отеле «Колос».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие поставленные задачи:

- изучить теоретический аспект управления качеством услуг в гостиничном бизнесе;

- дать определение понятию «гостиничные услуги» и «качество обслуживания» в гостиничном бизнесе;
- определить методы оценки качества в гостиницах;
- дать характеристику гостиничному предприятию «Колос»;
- изучить организационную структуру гостиничного бизнеса;
- проанализировать организацию деятельности в предоставлении гостиничных услуг отеля «Колос»;
- дать оценку качества гостиничных услуг в отеле «Колос»;
- разработать мероприятия по повышению и улучшению качества услуг в отеле «Колос».

Объектом исследования являются гостиничные услуги в отеле «Колос».

Предметом исследования является качество предоставляемых гостиничных услуг в отеле «Колос».

Бакалаврская работа состоит введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

1 Теоретические аспекты анализа качества гостиничных услуг

1.1 Гостиничные услуги: понятие, классификация, особенности

Услуга – это целесообразная трудовая деятельность, результат которой выражается в удовлетворении каких-либо потребностей человека. Особенность услуги заключается в том, что она может быть представлена в вещной форме, либо в процессе функционирования живого труда.

Гостиничный бизнес, как отрасль экономики включает в себя такой аспект, как предоставление гостиничных услуг различных видов.

Гостиничные услуги – это комплекс услуг по предоставлению физическим лицам средства размещения и иных услуг, предусмотренных Правилами предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. [1]

Основными гостиничными услугами, согласно нормативной документации Российской Федерации, является размещение гостя для кратковременного проживания, питания. Объем и тип дополнительных услуг, предоставляемых в рамках данного раздела, может значительно варьироваться.

Классификация гостиничных услуг представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Классификация гостиничных услуг

Исходя из классификации гостиничных услуг можно сделать вывод, что гостиничные услуги по видам делятся на основные и дополнительные.

Основными услугами гостиничного предприятия являются:

- проживание;
- питание,
- вызов скорой помощи,
- использование медицинской аптечки,
- доставка корреспонденции,
- побудка гостя к определенному времени,
- доступ к швейному набору и так далее.

Вне зависимости от концепции гостиничного предприятия, данные услуги отель должен предоставлять всегда. [13]

Основными дополнительными услугами являются:

- предоставление экскурсий, переводчика,
- продажа билетов на культурно-массовые мероприятия,
- покупка авиа и ж/д билетов,
- обмен валюты,
- ремонт одежды, химчистка и глажка,
- продажа сувенирной продукции,
- предоставление услуг бизнес-центра,
- предоставление услуг спа-центров, фитнес-залов, косметологических кабинетов и парикмахерских.

Гостиничные услуги имеют такие характерные особенности, как:

- Неосвязаемость;

Гостиничная услуга не может быть оценена до полного рассмотрения ее. То есть гость не может знать насколько ему будет комфортен номер, пока он не купит его и не заедет в него. Это означает условное отсутствие товара, так как услуга является моментным действием. Трудности в предоставлении стандартных образцов: приобретение услуг связано с риском для клиента, так как услугу нельзя продемонстрировать. [19]

– Коммуникативность;

Потребитель полным образом участвует в процессе предоставления услуг. От пожеланий гостя будет напрямую зависеть весь спектр обслуживания.

– Несохранимость;

Гостиничную услугу невозможно сохранить.

– Отсутствие права собственности;

Клиенты не могут владеть услугой – обслуживание аналогично аренде.

– Неодновременность процессов производства и потребления;

В отношении предоставляемого в гостинице комплекса услуг не в полной степени действует такая общая для услуг характеристика, как одновременность, неразрывный характер процессов производства и потребления. Отдельные гостиничные услуги не связаны с присутствием клиента. Например, уборка и подготовка номера к продаже не совпадает по месту и времени с моментом продажи номера в службе reception и непосредственным заселением клиента.

– Срочность;

Предоставление гостиничных услуг должно быть очень быстрым, так как качество и скорость обслуживания напрямую влияет на отношение гостя к гостиничному предприятию.

– Участие персонала в процессе предоставления гостиничных услуг;

Важной особенностью гостиничных услуг является широкое участие людей в производственном процессе. Человеческий фактор и его значительное влияние приводит к изменчивости качества услуг, их неповторимости даже в рамках одного и того же предприятия.

В связи с этим разработаны и совершенствуются стандарты обслуживания – комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций. [21]

Стандарт определяет критерии, по которым оцениваются уровень обслуживания клиентов и деятельность персонала любой службы гостиничного предприятия. К таким критериям, например, могут относиться следующие:

время ответа на звонок о получении информации или бронировании; время оформления в службе размещения; время, затрачиваемое на оказание конкретной услуги; внешний вид и наличие униформы; знание иностранных языков обслуживающим персоналом.

– Сезонность;

Гостиничные услуги характеризуются потребительским потоком. Например, большинство туристов путешествует и останавливается в гостиницах в летние месяцы, что существенно может повлиять на загрузку предприятия.

– Направленность на целевую аудиторию;

Гости могут выбирать гостиницу исходя из цели пребывания в данном местоположении. Это может быть командировка, где человеку нужно разместиться в гостинице, которая направлена на обслуживание деловых туристов. Некоторым туристам нужны развлечения и доступность к курортным местам, поэтому их выбор падет на курортные гостиницы.

Услуга не может иметь готовой, законченной формы, она формируется в ходе обслуживания при тесном взаимодействии исполнителя и потребителя. Процессы производства и потребления гостиничной услуги протекают одновременно с момента въезда в гостиницу и до момента выезда, в течение всего гостиничного цикла гость воспринимает услугу как результат деятельности персонала гостиницы. [30]

Гостиничная услуга производится и потребляется в одном месте – месте обслуживания, а потребитель сам становится частью системы распределения. Гость вступает в контакт с обслуживающим персоналом в ресторане, у стойки портье, в номере, следовательно, гостиничное предприятие должно обеспечивать успешное контактирование персонала с клиентом.

Вместе с тем гость обязан соблюдать правила проживания и следовать принятым нормам поведения в общественных местах.

Таким образом можно сказать, что гостиничная услуга – это процесс обслуживания гостей, пребывающих в средстве размещения, разделяющиеся на

основные (проживание и питания) и дополнительные услуги, характеризующиеся разными особенностями.

1.2 Основные показатели качества гостиничных услуг

Качество гостиничных услуг – это комплекс свойств и особенностей услуг, совокупность установленных норм обслуживания, способных удовлетворять потребности потребителей.

Показателями качества гостиничных услуг могут быть: технический, функциональный и социальный показатель.

Технический показатель характеризуется материальным оснащением гостиничного предприятия. Например, оснащение номерного фонда. Тот аспект, который определяет уровень удовлетворения гостей материальной составляющей (мягкость кровати, наличие письменного стола, комфортное освещение и так далее). [4]

Функциональный показатель определяется процессом предоставления услуг, так как гость проходит множество этапов во время пребывания в гостиничном предприятии и напрямую взаимодействует с персоналом. Функциональное качество может улучшить впечатление клиента от номера или услуги, которые не вполне оправдали его ожидания. Однако если функциональное качество будет иметь невысокий уровень, то неудовлетворенность клиента ликвидировать будет почти невозможно.

Социальный показатель – это качество работы персонала, его любезность и уважение к гостю, которое напрямую влияет на настроение потребителя услуг.

В зависимости от показателей можно выделить основные критерии качества гостиничных услуг:

- квалификация сотрудников (необходимые знания и умения, опыт и навыки персонала в оказании определенных услуг);
- надежность (стабильность работы отеля);

- пунктуальность;
- отзывчивость (стремление персонала удовлетворить все потребности гостя);
- коммуникация (сотрудники гостиничного предприятия открыты для клиента в любом его вопросе);
- доверие (гость, которому понравилось обслуживание обязательно доверит свое присутствие этому гостиничному предприятию в будущем);
- безопасность (предоставление личностной и имущественной безопасности).

Итак, ключевым фактором, формирующим понятие качества, является наиболее полное удовлетворение потребностей гостей – с различными запросами и своим пониманием комфорта как такового. [21]

Качество предоставления гостиничных услуг также имеет несколько направлений:

1. Гарантия качества, посредством создания стандартов.

Наличие широкого ассортимента гостиничных предприятий и соответствующего широкого выбора не всегда дает гарантированное требуемое качество.

Поэтому на практике была создана международная система качества гостиничного продукта, основанного на жесткой централизованной схеме создания и контроля качества посредством инструкций, детализированного описания технологий и необходимых действий по выполнению процедур предоставления услуг и управления ими. Время показало жизнеспособность такой системы, построенной на экспорте стандартизированного гостиничного продукта, гарантирующего клиентам выполнение обязательств по качеству предоставляемых услуг и согласованность в пределах строгого контроля за обеспечением качества.

2. Соблюдение уровня комфорта.

Четкое соблюдение параметров комфортности, которые выработаны практикой турбизнеса и являются универсальными как для гостиницы, так и

для работы предприятия питания или туристской фирмы. В комплекс составляющих входят следующие элементы понятия "комфорт": информационный; экономический; эстетический; бытовой; психологический.

Информационный комфорт – создание информационной комфортности начинается с того, насколько полную информацию об отеле, предприятии питания и других объектах гостиничной сферы гость может получить еще до их посещения. Здесь очень важны фотографии с видами внутреннего дизайна помещений, информация о ценах, комплексе предоставляемых основных и дополнительных услуг, наличии сертификата на безопасность услуг и др. Важно, чтобы такая информация была абсолютно доступна гостю, более того, она должна быть подана в такой форме, которая бы удовлетворяла его запросам. [10]

Экономический комфорт – удобство расчета для гостя, систему скинтов, бонусов, клубных карт и другие меры, призванные мотивировать гостя в повторном выборе средства размещения или предприятия питания, турагентства или экскурсионного бюро. Причиной этому послужило в первую очередь создание технологий, позволяющих осуществлять и централизованный учет, и мгновенную обработку заказов, и автоматическое обслуживание кредитных карт, и контроль за исполнением заказов в режиме онлайн. [20]

Эстетический комфорт – эстетично оформленный интерьер, создающий атмосферу уюта и домашнего тепла.

При оформлении помещений с целью повышения конкурентоспособности предприятия необходимо руководствоваться следующими общими положениями: все помещения должны быть выполнены в едином стиле, и соответствовать направленности предприятия; цветовая гамма не должна раздражать гостя; материалы, используемые для оформления, должны соответствовать стандартам безопасности и гигиены и иметь соответствующие сертификаты; материалы также должны быть долговечными в использовании и устойчивыми к воздействию высоких температур и химических веществ.

Бытовой комфорт – создание нормальных условий для проживания гостя (оптимальные температура, влажность воздуха, атмосферное давление, удобство мебели). Для достижения бытового комфорта используются кондиционеры, очистители воздуха, удобная мебель. [7]

Психологический комфорт – настроение гостя и нормальное психологическое состояние гостя. Выполнение этих требований целиком зависит от персонала – это уважение и гостеприимство по отношению к гостю.

3. Модель А. Парасурмана, В. Зейтамля и Л. Бери.

Она определяет качество обслуживания с точки зрения удовлетворения ожиданий клиента с помощью 5 ступеней (Ожидания потребителя и реакция руководства. Восприятие руководства и спецификации качества обслуживания. Спецификации качества обслуживания и предоставление услуг. Предоставление обслуживания и внешние связи. Ожидаемое обслуживание и восприятие предоставленного обслуживания).

Таким образом можно сделать вывод о том, что управление качеством гостиничных услуг имеет несколько показателей (технический, функциональный, социальный показатель), а также несколько направлений (гарантия качества, посредством создания стандартов, соблюдение уровня комфорта, модель А. Парасурмана, В. Зейтамля и Л. Бери).

1.3 Методы оценки качества гостиничных услуг

Управление качеством услуг в гостиничном бизнесе – один из важнейших способов управления и организации деятельности гостиничного предприятия.

Существует несколько видов характеристик при оценке объектов размещения – экспертно-контролирующие (стандартизация и сертификация в гостиничном деле – карта проверки экспертом); нормативный уровень (карта соответствия установленным уровням обслуживания, внутренние стандарты организации); гостевые карты оценки постояльцев гостиницы.

Стандартизация и сертификация направлены на обеспечение качества и безопасность туристов, обслуживания на всех этапах подготовки и реализации тур продукта.

Стандартизация – деятельность по установлению правил и характеристик в целях добровольного многократного использования, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции и повышения конкурентоспособности продукции, работ и услуг.

Стандартизация – важный элемент системы управления качеством: снижение вероятности ошибок в функциональном качестве и обеспечение постоянства высокого качества обслуживания. Стандарты, нормативы и правила закрепляют производственные обязанности за отдельными подразделениями и службами, должностными лицами предприятия размещения, определяют порядок их взаимодействия и субординации, регламентируют процесс исполнения различных операций при оказании тех или иных услуг. [7]

Сертификация – это процедура подтверждения соответствия, по средствам которой независимая организация удостоверяет, что продукция соответствует установленным требованиям.

На уровне управления качеством позволяет объективно оценить уровень качества услуг, подтвердить их безопасность для потребителя. Может носить обязательный и добровольный характер. Значимость требований обеспечения безопасности жизни, здоровья туристов и экскурсантов, сохранности их имущества, защиты окружающей среды обуславливает необходимость включения их в процедуру обязательной сертификации.

Подтверждение соответствия направлено на достижение следующих целей:

- удостоверение соответствия продукции, работ и услуг техническим регламентам, стандартам, условиям договоров;

- повышение конкурентоспособности продукции, работ, услуг на российском и международном рынках; [35]

– содействие приобретателям в компетентном выборе продукции, работ, услуг;

– создание условий для обеспечения свободного перемещения товаров по территории РФ, а также осуществления международной торговли.

Конкретизация общих целей связана с выполнением тех требований стандартов, которые являются обязательными. К ним относятся разработка норм, требований, правил, обеспечивающих безопасность услуг для жизни и здоровья людей, окружающей среды и имущества, качество услуг в соответствии с уровнем развития научно-технического прогресса, экономии всех видов ресурсов, безопасность хозяйственных объектов, связанная с предотвращением возникновения различных катастроф (природного и техногенного характера) и чрезвычайных ситуаций и т.д.

Узкие (конкретные) цели стандартизации и сертификации относятся к определенной области деятельности, сфере услуг в целом, тому или иному предприятию в отдельности, конкретной услуге и т.д.

Основные нормативно-законодательные документы, регламентирующие определяющие уровень обслуживания функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения в стандартизации и сертификации:

1. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. N 1853 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» (ред. от 01.04.2021);

Регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав. [13]

2. Федеральный закон от 28.12.2010 № 390-ФЗ "О безопасности";
Определяет основные принципы и содержание деятельности по обеспечению безопасности государства, общественной безопасности, экологической безопасности, безопасности личности, иных видов безопасности, предусмотренных законодательством Российской Федерации.

3. Федеральный закон от 21.12.1994 № 69-ФЗ "О пожарной безопасности";

4. Федеральный закон от 22.07.2008 № 123-ФЗ "Технический регламент о требованиях пожарной безопасности" (ред. от 03.07.2016 г.);

Закон принят в целях защиты жизни, здоровья, имущества граждан и юридических лиц, государственного и муниципального имущества от пожаров, определяет основные положения технического регулирования в области пожарной безопасности и устанавливает общие требования пожарной безопасности к объектам защиты.

5. Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ "Об охране окружающей среды" (ред. от 26.03.2022 г.);

Определяет правовые основы государственной политики в области охраны окружающей среды.

6. Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения" (ред. от 13.07.2020 г.);

Направлен на обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия населения как одного из основных условий реализации конституционных прав граждан на охрану здоровья и благоприятную окружающую среду.

7. Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ "О лицензировании отдельных видов деятельности" (ред. от 30.12.2021);

Регулирует отношения, возникающие между федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов РФ, юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями в связи с осуществлением лицензирования отдельных видов деятельности.

8. Федеральный закон от 02.01.2000 № 29-ФЗ "О качестве и безопасности пищевых продуктов" (ред. от 13.07.2020 г.);

Закон регулирует отношения в области обеспечения качества пищевых продуктов и их безопасности для здоровья человека.

9. Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" (ред. от 26.03.2022 г.);

Закон устанавливает правовые основы производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и ограничения потребления (распития) алкогольной продукции в Российской Федерации.

10. Федеральный закон от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» (ред. 06.03.2022);

Устанавливает порядок применения контрольной кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт.

Следующим аспектом являются нормативные внутренние документы.

Внутрифирменные стандарты находят свое отражение в нормативном описании бизнес-процессов для административных служб и производственных процессов (технологические процедуры) по каждому производственному подразделению гостиничного предприятия на основании технического паспорта, категоризации гостиницы, должностей работников и их обязанностей в данном подразделении.

В бизнес- и производственных процессах поэтапно описывается основная деятельность подразделения, особое внимание обращается на координацию деятельности на стыках с другими подразделениями гостиницы. Нормативное описание производственных процессов является нормативным документом, который закрепляет нормы ответственности руководителя данного подразделения.

Стандарты разрабатываются по желанию руководителя непосредственно под гостиницу с учетом всех ее специфических черт для каждой категории персонала и каждого участка работ. К стандартам продукта относятся стандарты интерьера, стандарт прилегающей территории, стандарт используемых отделочных материалов, стандарты гостевых номеров (категории, размеры, оснащение и т.д.), стандарты инженерно-коммуникационного оборудования (прачечная, ТВ, сеть «Интернет» и пр.), стандарты систем безопасности и видеонаблюдения и др.

Стандарты сервиса – описание процедур, технологий, систем, методов, правил поведения, общения и обслуживания.

К стандартам сервиса относятся:

- «Стандарт контроля качества обслуживания» – бронирование (обработка заказов, эффективное исполнение брони и пр.), отельный учет, регистрация, выписка, расчеты с гостями, служба горничных (подготовка номеров, уборочные работы, уровень запасов и пр.);

- «Стандарт персонала гостиницы» – кадровое обеспечение (уровень, графики работы, процедура найма, квалификационные требования, система мотивации и стимулирования, методы оценки персонала, обучение и повышение квалификации и пр.) и др.;

- «Стандарт оценки качества работы персонала» и др.

Стандарты должны отражать зоны ответственности и последовательности взаимодействия подразделений и сотрудников компании.

Подбор и обучение персонала будут осуществляться на основе разработанных стандартов для данного гостиничного предприятия. Когда стандарты утверждены и персонал набран, необходимо его обучить стандартам и технологиям для каждой категории сотрудников.

Заключительный метод оценки качества гостиничных услуг – гостевые карты оценки постояльцев гостиницы. Данный метод может проявляться в:

- наблюдении;
- опросах общественного мнения;

– фокус-группах.

Таблица 1 – Определение методов гостевых карт оценки постояльцев

Метод	Определение
Отзывы клиентов	Чтение отзывов клиентов на сайтах и других социальных платформах может выделить общие проблемы или пожелания.
Сайты вопросов и ответов	Эти сайты могут дать представление о вопросах и проблемах, которые потребители имеют в отношении исследуемого бренда, услуги или продукта.
Опросы – онлайн	Опросы, которые создаются с целью разрешения конкретных проблем качества товаров и услуг
Фокус-группы	Объединение групп потребителей по различным критериям, с целью их опроса напрямую и анализа коллективных ответов.

Наряду с вышеупомянутыми способами определения качества гостиничных услуг, можно количественно и более точно определить состояние гостиничного продукта.

Анализ качества гостиничных услуг посредством SWOT-анализа. [26]

SWOT-анализ – это ситуационный анализ гостиничных услуг, заключающийся в определении оценок различных факторов (сильных и слабых сторон, возможностей и рисков).

Для проведения ситуационного анализа гостиничных услуг с использованием SWOT-анализа необходимо:

– сформировать матрицу сильных и слабых сторон предприятия, угроз и возможностей.

Данные представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для гостиничных услуг

Аспект	Особенности
Сильные стороны	1. Наличие необходимых финансовых ресурсов. 2. Умение профессионально вести конкурентную борьбу. 3. Статус признанного лидера 4. Эффективная реклама. 5. Наличие квалифицированного персонала

Окончание таблицы 2

Аспект	Особенности
Слабые стороны	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие четкой стратегии. 2. Наличие проблем управления. 3. Узкая линейка предлагаемых услуг. 4. Недостаточно сформированный имидж
Угрозы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Появление сильного конкурента на рынке. 2. Снижение темпов роста рынка. 3. Неблагоприятное изменение валютного курса. 4. Спад в экономике. 5. Ухудшение политических отношений с другими странами. 6. Изменения во вкусах и предпочтениях потребителей. 7. Неблагоприятные изменения климата в других странах. 8. Неблагоприятные демографические изменения
Возможности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обслуживание дополнительных групп потребителей. 2. Выход на международный рынок. 3. Связанная диверсификация. 4. Вертикальная интеграция. 5. Падение торговых барьеров. 6. Спокойствие большинства конкурентов. 7. Увеличение темпов роста рынка

– использовать пятибалльную шкалу, дать оценку значимости сочетания той или иной сильной (слабой) стороны предприятия с той или иной угрозой (возможностью);

– по данным этой матрицы расставить приоритеты.

Главные угрозы для фирмы – появление сильного конкурента на рынке, изменения во вкусах и предпочтениях потребителей.

Основные возможности – обслуживание дополнительных групп потребителей, выход на международный рынок, увеличение темпов роста рынка.

Основные сильные стороны – наличие необходимых финансовых ресурсов, умение профессионально вести конкурентную борьбу, статус признанного лидера.

Основные слабые стороны – отсутствие четкой стратегии, узкая линейка предлагаемых услуг.

В соответствии с выявленными проблемами и их значимостью для гостиничных услуг можно определить степень качества предоставляемых услуг

и главные стратегические направления ее развития в ближайшей перспективе, в том числе:

- обучение управленческого персонала и поиск новых методов управления;
- привлечение постоянных потребителей с помощью увеличения разнообразия услуг;
- использование необходимых финансовых ресурсов для разработки новых видов услуг и внедрение их на рынок.

Следующим методом определения качества гостиничных услуг является анализ потребителей. [7]

Можно отметить наиболее важные аспекты анализа потребителей гостиничных услуг, которые влияют на стратегические ориентации гостиничных предприятий, а именно:

- анализ покупательской ценности гостиничного продукта;
- сегментация гостиничного рынка услуг;
- мотивация потребителей услуг;
- анализ удовлетворенности потребителей оказанными гостиничными услугами и выявление неудовлетворенных потребностей потребителей этими услугами;
- отношение потребителей к гостиничному продукту;
- факторы, оказывающие влияние на потребителей гостиничных услуг и процесс принятия ими решения о приобретении услуг.

Анализ потребителей может быть в форме анкетирования и последующей оценки.

Данные представлены в таблице 3.

Показатели оцениваются исходя из 100%.

Данный анализ позволит гостиничному предприятию отследить отношение гостей к оказанным услугам.

Таблица 3 – оценка удовлетворенности потребителей оказываемыми гостиницей услугами

Показатель	Оценка		
	неудовлетворенность		удовлетворенность, %
	чел.	%	
1 Полнота услуги	-	-	-
2 Время ожидания услуги	-	-	-
3 Безопасность	-	-	-
4 Точность исполнения	-	-	-
5 Комфорт и эстетика	-	-	-
6 Работа техники	-	-	-
7 Вежливость и доступность персонала	-	-	-
8 Предложение дополнительных услуг	-	-	-
9 Тишина и поведение соседей	-	-	-

Исходя из всего вышперечисленного, можно сделать вывод, что в гостиничной практике существует несколько видов характеристик при оценке объектов размещения – экспертно-контролирующие (стандартизация и сертификация в гостиничном деле – карта проверки экспертом); нормативный уровень (карта соответствия установленным уровням обслуживания, внутренние стандарты организации); гостевые карты оценки постояльцев гостиницы.

Для более точного определения качества гостиничных услуг на практике используют SWOT-анализ и анализ потребителей.

1.4 Способы улучшения качества гостиничных услуг

В последние годы индустрия гостеприимства претерпела существенные изменения. Непрерывное развитие туристического бизнеса привело к росту конкуренции в этой сфере, а рост конкуренции, в свою очередь, стал причиной повышения требований к качеству гостеприимства. [33]

Гостеприимство как критерий нельзя измерить количественно, однако качественная оценка удовлетворенности гостя вполне возможна.

Существует определенный способ улучшения качества гостиничных услуг:

1. Обеспечить состояние материально-технической базы отеля (оборудование, расположение и оснащение: планировка и отделка номеров, наличие в номерах необходимой бытовой техники, удобство мебели, качество текстиля и т.д.);

2. Создать общее впечатление от обслуживания (частота и качество уборки в номерах, удобство регистрации заезда и отъезда, способы расчета);

3. Обеспечить профессионализм и компетентность персонала (их квалификация, скорость обслуживания, вежливость, готовность помочь, уровень культуры в общении); [19]

4. Разработать и внедрить стандарты обслуживания (обучение персонала, контроль, корректировку и совершенствование обслуживания во всех нюансах работы гостиницы);

5. Обеспечить наличие единого стандарта предоставления услуг (каждый сотрудник должен обслуживать гостя одинаково);

6. Создать определенную структуры управления в зависимости от предприятия (линейная, функциональная или линейно-функциональная структура);

7. Автоматизировать предприятие, посредством автоматизированных систем управления (единый сбор информации позволяет гостиницы затрачивать меньше времени на определенные операционные процессы);

8. Анализировать слабые места деятельности предприятия (определение проблемных аспектов, проработка с целью предотвращения проблем);

Данные критерии позволят повысить удовлетворенность клиентов, замотивировать сотрудников, оптимизировать управление деятельностью предприятия, минимизировать негативное мнение о гостиничном предприятии, устранить недоверие к качеству оказываемых услуг и т.д. [2]

Умение видеть и понимать потребности клиентов – важнейшая составляющая успеха. Повышение лояльности клиентов представляет собой

кропотливую и трудную задачу, однако ее успешное решение становится залогом прибыльности бизнеса.

Один из самых эффективных способов улучшения качества услуг заключается в обучении персонала. Какой бы оснащенной технически и функционально не было бы гостиницы, гости всегда обращают большее внимание на работы персонала при взаимодействии с потребителями.

Персонал гостиницы должен иметь профессиональную подготовку (профильное образование, курсы переподготовки, наличие пройденных профессиональных семинаров и тренингов). Владение информацией, умение работать с информационными составляющими гостиничного предприятия, знание должностных обязанностей позволит произвести на гостя неизгладимое впечатление, что в дальнейшем может привести к увеличению числа постоянных клиентов. [21]

Другим немаловажным аспектом качества гостиничных услуг является состояние гостиницы с точки зрения чистоты. Чем аккуратнее выглядят гостиничные номера, коридоры и фойе, тем более приятное впечатление оставит гостиница у туриста.

К сожалению, ежеминутно контролировать качество уборки во всех помещениях у руководства попросту нет возможности. Однако современные технологии могут в этом помочь. Сервис мобильного аудита CheckOffice обеспечивает полный цикл работ по выявлению и устранению нарушений, позволяя оперативно отслеживать качество работы персонала и любые недочеты, имеющие значение. Быстрая передача информации в мобильном приложении и сокращение времени на проверку за счет удобного чек-листа позволяют четко выявлять проблемные места и устранять недочеты.

На качество гостиничных услуг главным образом влияет анализ и сбор информации, не только с гостей, но и с персонала. Точное знание слабых мест позволяет проработать их и улучшить обслуживание, повысив тем самым лояльность клиентов и замотивировать персонал в дальнейшей качественной работе. [9]

Внедрение IT можно назвать новым направлением в развитии гостиничного бизнеса. Технологии и машины сегодня выступают в качестве помощников человека, беря на себя часть рутинных задач. Каждая гостиница сегодня должна предоставлять клиентам бесплатный Wi-Fi и кабельное телевидение в номерах. Улучшить качество обслуживания в отеле также можно, внедрив такие дополнительные возможности, как онлайн-регистрация, виртуальный тур, заказ дополнительных услуг через Интернет, круглосуточное информирование и т.п.

Современное и качественное обслуживание сегодня возможно только при условии четкого понимания потребностей и запросов клиента, удовлетворения его ожиданий. Помочь понять гостя и одновременно упростить работу персонала помогают современные технологии.

Предоставление онлайн-услуг позволяет сделать взаимодействие клиента и персонала более оперативным и удобным, дает возможность решить все задачи максимально быстро. [14]

Таким образом можно сделать вывод о том, что гостиничная услуга – это процесс обслуживания гостей, пребывающих в средстве размещения, разделяющиеся на основные (проживание и питания) и дополнительные услуги, характеризующиеся разными особенностями.

Управление качеством гостиничных услуг имеет несколько показателей (технический, функциональный, социальный показатель), а также несколько направлений (гарантия качества, посредством создания стандартов, соблюдение уровня комфорта, модель А. Парасурмана, В. Зейтамля и Л. Бери).

В гостиничной практике существует несколько видов характеристик при оценке объектов размещения – экспертно-контролирующие (стандартизация и сертификация в гостиничном деле – карта проверки экспертом); нормативный уровень (карта соответствия установленным уровням обслуживания, внутренние стандарты организации); гостевые карты оценки постояльцев гостиницы. Для более точного определения качества гостиничных услуг на практике используют SWOT-анализ и анализ потребителей.

Существует определенный способ улучшения качества гостиничных услуг: обеспечить состояние материально-технической базы отеля (оборудование, расположение и оснащение: планировка и отделка номеров, наличие в номерах необходимой бытовой техники, удобство мебели, качество текстиля и т.д.); создать общее впечатление от обслуживания (частота и качество уборки в номерах, удобство регистрации заезда и отъезда, способы расчета); обеспечить профессионализм и компетентность персонала; разработать и внедрить стандарты обслуживания; обеспечить наличие единого стандарта предоставления услуг; создать определенную структуры управления в зависимости от предприятия; автоматизировать предприятие, посредством автоматизированных систем управления; анализировать слабые места деятельности предприятия. [25]

Современное и качественное обслуживание сегодня возможно только при условии четкого понимания потребностей и запросов клиента, удовлетворения его ожиданий.

2 Анализ качества гостиничных услуг в гостинице «Колос» - изъято

**3 Совершенствование качества гостиничных услуг в отеле «Колос» -
ИЗЪЯТО**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ - ИЗЪЯТО

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Айзман, Р.И. Безопасность жизнедеятельности для специальности "Гостиничный сервис" : учебное пособие / Айзман Р.И., Шуленина Н.С. — Москва : КноРус, 2021. — 191 с.
2. Безрукова С.В. Требования к зданиям и инженерным системам гостиничных предприятий : учебник для студ. Учреждений сред.проф. образования / С.В.Безрукова. — М. : Издательский центр «Академия», 2017. — 208 с.
3. Баумгартен, Л.В. Метрология, стандартизация и сертификация в сервисе и туризме : учебное пособие / Баумгартен Л.В. — Москва: КноРус, 2019. — 25 с.
4. Барчуков, И.С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов : учебное пособие / Барчуков И.С., Баумгартен Л.В., Башин Ю.Б., Зайцев А.В. — Москва : КноРус, 2019. — 165 с.
5. Булыгина, И.И. Анимация в сфере гостеприимства : учебник /Булыгина И.И., Гаранина Е.Н., Гаранин Н.И. — Москва : КноРус, 2020. — 268 с.
6. Бисько, И.А. Организация обслуживания туристов. Tourism service organization : учебное пособие / Бисько И.А., Маевская В.А., Паксютина Е.А. — Москва : КноРус, 2019. — 209 с.
7. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для среднего профессионального образования /Л. Г. Березовая. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с.
8. Воронкова, Л.П. История туризма и гостеприимства : учебное пособие / Воронкова Л.П. — Москва : КноРус, 2020. — 347 с.
9. Велединский, В.Г. Сервисная деятельность : учебник / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2019. — 191 с.
10. Грибов, В.Д. Экономика предприятия сервиса : учебное пособие / Грибов В.Д., Леонов А.Л. — Москва : КноРус, 2019. — 276 с.

11. Даниленко, Н.Н. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг: теория и методика оценки : монография / Даниленко Н.Н., Арбатская Е.А. — Москва : Русайнс, 2020. — 159 с.
12. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии : учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с.
13. Ёхина М. А. Организация и контроль текущей деятельности работников службы приема и размещения : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / М.А.Ёхина. — М. : Издательский центр «Академия», 2017. — 30 с.
17. Комарова, А.И. Английский язык: туризм и сервис : учебник / Комарова А.И., Окс И.Ю. — Москва : КноРус, 2019. — 241 с.
18. Крутик А. Б. Предпринимательство в сфере сервиса : учеб. Для студ. учреждений сред. проф. образования / А. Б. Крутик, М. В.Решетова. — 3-е изд., испр. — М. : Издательский центр «Академия», 2014. — 160 с.
19. Ковальчук, А.П. Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса : учебное пособие / Ковальчук А.П. — Москва : КноРус, 2020. — 172 с.
20. Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учебное пособие / Кабушкин Н.И. — Москва : КноРус, 2019. — 413 с.
21. Косолапов, А.Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва : КноРус, 2019. — 198 с.
22. Кобяк, М. В. Управление качеством гостиничного предприятия : учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин ; под редакцией С. С. Скобкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 518 с.
23. Любецкая, Т.Р. Организация и технология обслуживания в барах, буфетах : учебник / Любецкая Т.Р. — Москва : КноРус, 2019. — 246 с.
24. Никольская, Е.Ю. Управление качеством гостиничных услуг :

учебник / Никольская Е.Ю., Тихненко А.А., Попов Л.А. — Москва : Русайнс, 2021. — 84 с.

25. Никольская, Е.Ю. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг : учебник / Никольская Е.Ю., Попов Л.А., Ковальчук А.П. — Москва : КноРус, 2019. — 343 с.

26. Никольская, Е.Ю. Технологии гостиничной деятельности : монография / Никольская Е.Ю. — Москва : Русайнс, 2019. — 310 с.

27. Никольская, Е.Ю. Основы менеджмента и управление персоналом в индустрии гостеприимства : учебное пособие / Никольская Е.Ю., Семенова Л.В. — Москва : Русайнс, 2020. — 224 с.

28. Никольская, Е.Ю. Тенденции развития системы классификации гостиниц в России : монография / Никольская Е.Ю., Пасько О.В., Гернеший В.В., Грицай М.А. — Москва : Русайнс, 2019. — 227 с.

29. Петросян, Д.С. Социальная безопасность: образование и воспитание. Образовательно–воспитательная система детскоюношеского туризма и краеведения России : монография / Петросян Д.С. — Москва : Русайнс, 2020. — 301 с.

30. Полевая М.В. Менеджмент и управление персоналом в гостиничном сервисе : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / М.В.Полевая, А.Н.Третьякова. — М. :Издательский центр «Академия», 2017. — 224 с.

31. Потапова И.И. Организация и контроль текущей деятельности работников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / И.И.Потапова. — М. : Издательский центр «Академия», 2017. — 320 с.

32. Романюк, А.В. Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства, туризма и спорта : сборник материалов / Романюк А.В. — Москва : Русайнс, 2019. — 245 с.

33. Скобкин, С. С. Экономика организации в гостиничном сервисе : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. С.

Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 373 с.

34. Тимохина, Т. Л. Гостиничный сервис : учебник для среднего профессионального образования / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 331 с.

35. Чудновский, А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник / Чудновский А.Д. — Москва : КноРус, 2020.

ПРИЛОЖЕНИЕ А - изъято

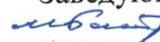
ПРИЛОЖЕНИЕ Б - изъято

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг
Кафедра гостиничного дела

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 М. Д. Батраев

подпись инициалы, фамилия

« 14 » 06 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.03 Гостиничное дело

код и наименование направления подготовки

43.03.03.02.01 Ресторанное дело

код и наименование профиля подготовки

Разработка комплекса мероприятий по улучшению качества гостиничных
услуг на примере «Отеля Колос» в г. Красноярске

тема

Руководитель  14.06.22 доцент, канд.техн.наук О. М. Сергачева
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник  14.06.22 Д. А. Суранова
подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролер  14.06.22 О. М. Сергачева
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2022