

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

Давиденко І.В. _____
(підпис)
“ ____ ” _____ 2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою «Готельно-ресторанна справа»
(назва освітньої програми)

на тему: **«ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ
ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА»**

Виконавець:

студент групи 40 факультету міжнародної
економіки

Хижняк Інна Анатоліївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник

Викладач

Козловський Роман Сергійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2019

ЗМІСТ

Розділ	Стор.
Вступ	3
Розділ 1. Теоретичні аспекти управління якістю обслуговування в готельному бізнесі	6-23
1.1 Особливості управління якістю послуг	6
1.2 Роль і значення якості в індустрії гостинності	11
1.3 Сучасні підходи до управління якістю послуг в готелях	23
Розділ 2. Аналіз готельних послуг з прикладу готелю «Айвазовський»	27-55
2.1 Характеристика готелю «Айвазовський»	27
2.1.1 Характеристика асортименту послуг	28
2.1.2 Структура підприємства	30
2.1.3 Аналіз цінової політики	38
2.2 Фінансовий аналіз діяльності готелю	42
2.3 Матриця SWOT для готелю «Айвазовський»	49
Розділ 3. Підготовка управлінського рішення щодо удосконалення якості послуг в готелі «Айвазовський»	54-63
3.1 Заходи щодо підвищення якості послуг в готелі «Айвазовський»	54
3.2 Підвищення якості послуг	57
3.3 Економічне обґрунтування запропонованих заходів	63
Висновки та пропозиції	66
Список використаних джерел	69
Додатки	73

ВСТУП

У сучасній професійній літературі широко застосовується термін «індустрія туризму і гостинності» і, хоча гостинність входить в цей термін як складовий елемент, слід зазначити, що гостинність — це більш ємке і загальне поняття, оскільки його завданням є задоволення потреб не лише туристів у вузькому сенсі, але і споживачів взагалі.

Слід зазначити, що індустрія гостинності історично сформувалася і виросла з сектора засобів розміщення, представленого різними типами готельних підприємств. У класичному розумінні готель — це будинок з мебльованими кімнатами для тих, що приїжджають. У сучасних умовах готель — це підприємство, призначене для готельного обслуговування громадян, а також індивідуальних туристів і організованих груп.

Сучасне готельне підприємство надає споживачам не лише послуги проживання та харчування, але і широкий спектр послуг транспорту, зв'язку, розваг, екскурсійне обслуговування, медичні, спортивні послуги, послуги салонів краси і ін. Фактично готельні підприємства в структурі індустрії туризму і гостинності виконують ключові функції, оскільки формують і пропонують споживачам комплексний готельний продукт, у формуванні і просуванні якого беруть участь всі всі сектори і елементи індустрії туризму і гостинності.

Останніми роками готельний ринок характеризується зростанням пропозиції при одночасному скороченні попиту на послуги розміщення. Таке положення, як неважко здогадатися, чревато посиленням конкуренції, що і без того не давала спокійно спати власникам готелів впродовж останньої чверті двадцятого століття. Одним з основних напрямів формування стратегічних конкурентних переваг в готельному бізнесі є надання послуг вищої якості в порівнянні з конкуруючими аналогами. Ключовим тут є

надання таких послуг, які задовольняли б і навіть перевершували чекання цільових клієнтів.

Якісні послуги привертають увагу, викликають бажання користуватися ними, щоб полегшити життя. Позитивна ситуація, що поступово складається, в ринковій економіці, дозволяє споживачам порівняти одну послугу з іншою, а також підштовхує конкурентів до надання послуг, що постійно покращуються, при забезпеченні їх якості.

Якість послуг вагається в широких межах залежно від їх постачальників, а також від часу і місця їх виробництва. Офіційне визначення якості, розроблене спільно Американським національним інститутом стандартів (ANSI) і Американським суспільством якості (ASQ).

Якість — це «все кількість особливостей і характеристик продукту або послуги, яке тягнеться на його здатність задовольняти споживача». Жодна організація не зможе перемогти конкурентів, якщо її послуги не володіють тією якістю, яку бажає споживач.

Актуальність даної роботи полягає в тому, що в умовах сучасного ринку, жорстокій конкуренції організацій готельного бізнесу важливим напрямом діяльності готелів є вивчення і вдосконалення якості готельних послуг, забезпечення планомірної маркетингової і рекламної діяльності готелю, направленої на збільшення ринкової долі і розширення цільових аудиторій. Вдосконалення якості готельних послуг є на сьогоднішній день найголовнішим завданням, необхідним для успішного ведення бізнесу.

Об'єкт дослідження є якість готельних послуг.

Предмет дослідження є якість готельних послуг в готелі «Айвазовський».

Метою є поліпшення якості послуг в готелі «Айвазовський».

Головним завданням є розкрити поняття якості, визначити основні шляхи підвищення якості обслуговування, проаналізувати рівень готельних послуг в готелі «Айвазовський».

У першому розділі буду розкрито поняття якості послуг в готельному бізнесі, показники якості послуги, форми і методи оцінки якості послуги.

У другому розділі буде охарактеризовано готель «Айвазовський» та асортимент послуг, буде проаналізована структура підприємства і представлений аналіз цінової політики, буде зроблений фінансовий аналіз діяльності готелю та SWOT — аналіз.

У третьому розділі будуть запропоновані заходи щодо підвищення якості послуг в готелі «Айвазовський» та буде надано економічне обґрунтування запропонованих заходів.

Для досягнення даної мети необхідно вирішити наступні завдання:

1. Розглянути теоретичні аспекти якості готельних послуг в сучасних умовах, визначити поняття якості в індустрії гостинності;
2. Проаналізувати діяльність і якість послуг, що надаються, в готелі «Айвазовський»
3. Дати рекомендації по вдосконаленню якості послуг, що надаються, в готелі «Айвазовський».

Результати свідчать про ефективність пропонованих заходів. Таким чином, введення пропонованих заходів щодо підвищення якості готельних послуг в готелі «Айвазовський» дозволить підвищити контроль за якістю готельних послуг, що надаються, за рахунок введення системи контролю якості, і безпосередньо підвищити зацікавленість постояльців в поселенні саме в цьому готелі за рахунок інтерактивного телебачення.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У сучасній професійній літературі широко застосовується термін «індустрія туризму і гостинності» і, хоча гостинність входить в цей термін як складовий елемент, слід зазначити, що гостинність — це більш ємке і загальне поняття, оскільки його завданням є задоволення потреб не лише туристів у вузькому сенсі, але і споживачів взагалі.

Слід зазначити, що індустрія гостинності історично сформувалася і виросла з сектора засобів розміщення, представленого різними типами готельних підприємств. У класичному розумінні готель — це будинок з мебльованими кімнатами для тих, що приїжджають. У сучасних умовах готель — це підприємство, призначене для готельного обслуговування громадян, а також індивідуальних туристів і організованих груп.

Сучасне готельне підприємство надає споживачам не лише послуги проживання та харчування, але і широкий спектр послуг транспорту, зв'язку, розваг, екскурсійне обслуговування, медичні, спортивні послуги, послуги салонів краси і ін. Фактично готельні підприємства в структурі індустрії туризму і гостинності виконують ключові функції, оскільки формують і пропонують споживачам комплексний готельний продукт, у формуванні і просуванні якого беруть участь всі всі сектори і елементи індустрії туризму і гостинності.

Останніми роками готельний ринок характеризується зростанням пропозиції при одночасному скороченні попиту на послуги розміщення. Таке положення, як неважко здогадатися, чревато посиленням конкуренції, що і без того не давала спокійно спати власникам готелів впродовж останньої чверті двадцятого століття. Одним з основних напрямів формування стратегічних конкурентних переваг в готельному бізнесі є надання послуг вищої якості в порівнянні з конкуруючими аналогами. Ключовим тут є надання таких послуг, які задовольняли б і навіть перевершували чекання цільових клієнтів.

Якісні послуги привертають увагу, викликають бажання користуватися ними, щоб полегшити життя. Позитивна ситуація, що поступово складається, в ринковій економіці, дозволяє споживачам порівняти одну послугу з іншою, а також підштовхує конкурентів до надання послуг, що постійно покращуються, при забезпеченні їх якості.

Якість послуг вагається в широких межах залежно від їх постачальників, а також від часу і місця їх виробництва. Офіційне визначення якості, розроблене спільно Американським національним інститутом стандартів (ANSI) і Американським суспільством якості (ASQ).

Якість — це «все кількість особливостей і характеристик продукту або послуги, яке тягнеться на його здатність задовольняти споживача». Жодна організація не зможе перемогти конкурентів, якщо її послуги не володіють тією якістю, яку бажає споживач.

Актуальність даної роботи полягає в тому, що в умовах сучасного ринку, жорстокій конкуренції організацій готельного бізнесу важливим напрямом діяльності готелів є вивчення і вдосконалення якості готельних послуг, забезпечення планомірної маркетингової і рекламної діяльності готелю, направленої на збільшення ринкової долі і розширення цільових аудиторій. Вдосконалення якості готельних послуг є на сьогоднішній день найголовнішим завданням, необхідним для успішного ведення бізнесу.

Об'єкт дослідження є якість готельних послуг.

Предмет дослідження є якість готельних послуг в готелі «Айвазовський».

Метою є поліпшення якості послуг в готелі «Айвазовський».

Було розкрито поняття якості, визначено основні шляхи підвищення якості обслуговування, проаналізовано рівень готельних послуг в готелі «Айвазовський», були запропоновані заходи щодо поліпшення якості послуг

в готелі «Айвазовський» та знайдено ефективність запропонованих заходів, які виявилися досить ефективними.

У першому розділі було розкрито поняття якості послуг в готельному бізнесі, показники якості послуги, форми і методи оцінки якості послуги.

У другому розділі було охарактеризовано готель «Айвазовський» та асортимент послуг, була проаналізована структура підприємства, був представлений аналіз цінової політики, був зроблений фінансовий аналіз діяльності готелю та SWOT — аналіз.

У третьому розділі було запропоновані заходи щодо підвищення якості послуг в готелі «Айвазовський» та надано економічне обґрунтування запропонованих заходів.

Для досягнення даної мети були вирішені наступні завдання:

1. Розглянуті теоретичні аспекти якості готельних послуг в сучасних умовах, визначені поняття якості в індустрії гостинності;
2. Проаналізовано діяльність і якість послуг, що надаються, в готелі «Айвазовський»
3. Були надані рекомендації по вдосконаленню якості послуг, що надаються, в готелі «Айвазовський».

Таким чином, мета роботи полягала в теоретичному і практичному аналізі якості готельних послуг в сучасних умовах, його роль і важливість на прикладі готелю «Айвазовський».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Держстандарт України «Стандартизація в сфері туристично-екскурсійного обслуговування» [Текст]: «Про захист прав споживачів» — № 1023-ХІІ від 12.05.1993 р. зі змінами
2. Закон України «Про туризм» (Відомості Верховної Ради України, 2004 р., № 13, ст. 180; 2009 р., № 38, ст. 535)
3. Закон України «Про захист прав споживачів» {Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 30, ст.379}
4. «Про пожежну безпеку» — № 3745-ХІІ від 17.12.1993 р. зі змінами;
5. «Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення» — № 4004-ХІІ від 24.02.1994 р. зі змінами;
6. «Про охорону навколишнього природного середовища» — № 1264-ХІІ від 25.06.1991 р. зі змінами;
7. «Про охорону праці» — № 2694-ХІІ від 14.10.1992 р. зі змінами;
8. ДСТУ ISO 9000–2001 «Система управління якістю. Основні положення»
9. ДСТУ 2925- 94 Якість продукції. Оцінювання якості. Терміни та визначення.
10. ДСТУ ISO 9001–2001 Система управління якістю. Вимоги.
11. ДСТУ ISO 9004–2001 Система управління якістю. Настанови
12. ДСТУ ISO 10 011–1-97 Настанови з перевірки систем якості, ч.1. Перевірка.
13. ДСТУ ISO 10 011–2-97 Настанови з перевірки систем якості. ч.2.
14. ДСТУ ISO 10 011–3-97 Настанови з перевірки систем якості. ч.3.

15. ДСТУ 3419–96 Система сертифікації УкрСЕПРО. Сертифікація систем якості.
16. Під ред. А.Л. Лісника, А.В. Чернишева/ Організація і управління готельним бізнесом — М.: Видавничий будинок «Альпіна», 2001. — 212 с.
17. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг в індустрії гостинності [Текст] / Е. А. Джанджугазова. — М.: Academia, 2003. — 185 с.
18. Браймер, Р. А. Основи управління в індустрії гостинності [Текст]: Пер. з англ./ Р. А. аймер. — М.: Аспект-прес, 1995. — 254 с.
19. Голубков Е. П. «Загальна характеристика методів збору даних» (стаття)
20. Зорин, Е. В. Винограду, П. А. Ільїна Е.Н. і ін. Туризм і галузеві системи [Текст]: Підручник./ Е.А. Зорін [і ін.].- М.: Фінанси і статистика, 2001. — 178 с.
21. Исмаев, Д.К. Міжнародне готельне господарство: по матеріалах зарубіжних публікацій [Текст] / Д. До. Ісмаєв.- М.: ВШТГ, 1998. — 86 с.
22. Кабушкин, Н. Менеджмент готелів і ресторанів [Текст] /Н. Кабушкин, Р. Бондаренко. — навчань. посібник — ТОВ «Нове знання», 2000. — 180 с.
23. Кобяк, М. В. Ринок праці і Україна [Текст] /М.В. Кобяк // 5 зірок, 2000 № 2.
24. Котлер, Ф. Основи маркетингу [Текст] / Пер. з англ.; 2-і європ. видавництв.: Видавничий будинок «Вільямс», 1998. — 580 с.
25. Кудимова, М. В. Пошана до клієнта починається з пошани до себе. [Текст] / М.В. Кудімова // 5 зірок, 2000 № 6.

26. Лісник, А. Практика маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі [Текст] / А. Лісник, А. Чернишев. — М.: Товариш, 2000. — 286 с.
27. Лісник, А. Методика проведення маркетингових досліджень в готельному бізнесі [Текст] / А. Лісник, М. Смирнова.- М.: ТОВ «САС ПЛЮС», 2002.-126 с.
28. Ляпина, І.Ю. Організація і технологія готельного обслуговування [Текст] / І. Ю. Ляпіна.- М.: ПрофОбрІздат, 2001. — 187 с.
29. Пітер Р. Діксон. Управління маркетингом [Текст] / Р. Пітер.- Пер. з англ. — М-кодом.:ЗАО «Вид-во БІНОМ», 1998. — 174 с.
30. Під редакцією А. Д. Чудновського / Туризм і готельне господарство — М.: ЕКМОС, 2000. — 197 с.
31. «Туризм і готельне господарство. Підручник» під ред. Професора А. Д. Чудновського, М.: ЕКСМОС, 2000 г., 399стр.
32. Кабушкин Н.І. «Менеджмент готелів і ресторанів: підручник для вузів» М.: Нове видання, 2000 г., 216стр.
33. Багиев Г. Л. «Маркетинг. Словник і бібліографія: довідковий посібник»: Вид-во ГУЕФ, 1998 р., 241 стор.
34. Голубєва С. «Менеджмент збуту (досвід Німеччини)» М.: РЕФ, 1994 р., 327 стор.
35. Лісник, А. Л. Про проблему якості готельних послуг [Текст] / А.Л. Лісник// Готель.- 2006.-№ 4.- с. 10–13
36. Хижняк І.А. Онлайн-бронювання як елемент управління якістю готельних послуг / І.А. Хижняк // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали

Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019. – С. 871.

37. Сайт <http://www.kiev-diplom.com/113-pravovi-osnovi-turistichnoy-diynalnosti-v-ukrayini.html>

38. Сайт <http://bukvar.su/fizkultura-i-sport/page,3,59093-Upravlenie-kachestvom-uslug-v-gostinichnom-biznese.html>

39. Сайт <http://prohotelia.com.ua/proarticles/>

40. Стаття 1 <http://prohotelia.com.ua/2013/02/personal-touch-to-each-client/>

41. Стаття 2 <http://prohotelia.com.ua/2011/10/v-otel'nom-biznese-vazhny-melochi/>

42. Стаття 3 http://prohotelia.com.ua/2010/03/loyalty_brand_/

43. Стаття 4 <http://prohotelia.com.ua/2010/01/profitability/>

ДОДАТОК, А Анкета для тих, що виїжджають

Яку оцінку ви дали б наступним службам? (поставте, будь ласка хрестик у відповідній клітці)	відмінно	добре	середнє	погано	Пропозиції і зауваження Прізвище _____ Кімната № _____ Дата заповнення _____ ДЯКУЄМО!
1. Служба прийому					
2. Чистота в номері					
3. Обслуговування на поверсі					
4. Обслуговування в номері					
5. Якість їжі					

ДОДАТОК Б Анкета для гостей нашого готелю

Шановані гості!

Ми будемо Вам дуже вдячливі, якщо Ви заповните цю анкету, яка, як ми сподіваємося, допоможе нам поліпшити якість обслуговування в нашому готелі.

<p>Ви приїхали:</p> <ul style="list-style-type: none"> • автомобілем • літаком • поїздом • автобусом 	<p>У номері має бути:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сейф • охоронна сигналізація • інтернет • холодильник • кондиціонер • міні-бар <p>Ваша пропозиція _____</p>
<p>Мета Вашого візиту:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ділова поїздка • туризм • інше 	
<p>Ви зупинялись у нас раніше?</p> <ul style="list-style-type: none"> • так 	<p>Ви вибрали наш готель:</p> <ul style="list-style-type: none"> • по рекомендації

<ul style="list-style-type: none"> • ні 	<ul style="list-style-type: none"> • по рекламі через турагенство • через онлайн-сервіси
<p>Ви залишитесь у нас ще?</p> <ul style="list-style-type: none"> • так • ні <p>Чому? _____</p>	<p>Як Ви забронювали номер:</p> <ul style="list-style-type: none"> • самостійно • через служби готелю • не бронював (а)