

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки та управління туризмом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
Герасименко В.Г.

“25” грудня 2015 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
на здобуття освітньо-кваліфікаційного
рівня магістра

зі спеціальності 8.14010301 “Туризмознавство” за програмою
“Економіка та управління туристичною діяльністю”
на тему:

Шляхи підвищення якості готельних послуг

Виконавець:
студентка факультету міжнародної
економіки

Фісун Марина Миколаївна

Науковий керівник:
к.е.н., професор

Герасименко В.Г. / /

Одеса 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
РАЗДЕЛ 1. Теоретические аспекты управления качеством услуг	
1.1. Принципы управления качеством услуг в современных условиях	7
1.2. Специфика определения качества услуг на предприятиях гостиничного хозяйства	11
1.3. Методология оценки качества гостиничных услуг, основные факторы качества.....	14
РАЗДЕЛ 2. Исследование деятельности и оценка качества услуг на примере гостиницы "Калифорния"	
2.1. Организационная структура управления гостиницей "Калифорния"	29
2.2. Анализ хозяйственной деятельности и основные показатели использования экономико-эксплуатационных возможностей гостиницы «Калифорния».....	35
2.3. Анализ качества предоставляемых услуг гостиницы " Калифорния" и характеристика клиентов гостиницы.....	44
2.4. Оценка удовлетворённости клиентов качеством предоставляемых услуг гостиницы «Калифорния».....	54
ГЛАВА 3. Разработка предложений по повышению качества услуг в гостинице "Калифорния"	
3.1. Основные предложения по внедрению мероприятий, направленных на улучшение качества услуг гостиницы "Калифорния".....	64
3.2 Внедрение системы качества для повышения качества услуг гостиницы "Калифорния".....	70

3.3. Развитие персонала как важнейший элемент в повышении качества услуг гостиницы "Калифорния"	74
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	84
Приложения	87
Список использованных источников	105

ВВЕДЕНИЕ

Предоставление гостиничных услуг высокого качества является составной частью постоянного внимания администрации гостиницы независимо от формы собственности. Достижение качества в сфере обслуживания - важная задача, решение которой обеспечивает предпринимательский успех. Деятельность в сфере гостеприимства предполагает высокую степень контакта и координации между служащими и гостями. Наиболее часто встречающиеся действия в этом смысле направлены на улучшение и контроль качества услуг гостиничных предприятий (температура горячей воды, количество полотенец, условия приготовления пищи и т. д.). Однако качество гостиничных услуг заключается не только в решении технической стороны дела. Усилия предприятий гостиничной индустрии традиционно были направлены на привлечение клиентов, на максимальное выполнение пожеланий гостей, завоевание доверия. Это может гарантировать только их полное удовлетворение. Поэтому стратегия развития гостиничного предприятия должна также иметь в виду и более того, делать особенный акцент на совершенствование отношений и общения между клиентами и гостиничным предприятием.

Постоянное повышение качества -- это не затрата, а долгосрочный вклад, основанный на обеспечении верности клиентуры путем удовлетворения ее потребностей. Это утверждение основано на исследовании, показывающем, что затраты на приобретение нового клиента в пять раз больше затрат на то, чтобы удержать старого посредством предложения качественного обслуживания. Это исследование базируется на следующих факторах:

- способность к удержанию клиентов позволяет сократить затраты на маркетинг и, соответственно, увеличивает рентабельность;
- удовлетворенный клиент осуществляет бесплатную рекламу, распространяя благоприятствующую отелю устную информацию.

Качество гостиничных услуг в огромной степени зависит от квалификации и заинтересованности людского капитала, от его творческих способностей,

умения осваивать новые технологии, а также от использования новых организационных процессов и форм используемой для обслуживания клиентов материальной базы. Качество услуг в гостиничном бизнесе -- это мера того, как уровень предоставленной услуги удовлетворяет ожидания клиента.

В последнее десятилетие рынок гостиничных услуг стал активно осваиваться частным бизнесом: сформировался верхний ценовой сегмент, представленный высококласными гостиницами, в котором уже существует реальная и достаточно острая конкуренция; строятся и реконструируются гостиницы среднего класса, хотя и не столь быстрыми темпами, осваиваются новые ниши, например ниша малых гостиниц высокого класса; предпринимаются попытки создания отечественных гостиничных цепей. Ключевую роль в этих процессах играет менеджмент, обеспечивая в гостиничном бизнесе реализацию инвестиционных проектов, эффективное текущее управление, включая все его аспекты: операции, персонал, финансы, маркетинг и т.д.

В связи с этим встает насущная проблема разработки методических рекомендаций по эффективному управлению качеством предоставления услуг в гостиничном бизнесе, отличающимся целостностью, системностью, универсальностью и в то же время пригодному для использования в оригинальных гостиничных проектах. Выше сказанное обуславливает актуальность темы дипломной работы.

Целью работы является определение разработка проекта мероприятий, направленных на повышение качества услуг на предприятии гостиничного бизнеса на примере отеля "Калифорния", что ставит ряд задач:

- рассмотреть теоретические основы управления качеством услуг;
- определить термин качество, как важнейший элемент качественного обслуживания в гостинице;
- выделить формы и методы оценки качества гостиничных услуг. Основные факторы качества;

- провести анализ деятельности и оценку качества услуг отеля "Калифорния";
- охарактеризовать деятельность отеля " Калифорния";
- рассмотреть организационную структуру управления отелем "Калифорния";
- проанализировать качество предоставляемых услуг отеля " Калифорния";
- разработать предложения по повышению качества услуг в отеле "Калифорния";
- предложить мероприятия, направленные на улучшение качества услуг отеля " Калифорния";
- разработать правила и стандарты общения персонала с клиентами отеля "Калифорния".

В соответствии с изложенным, было определено содержание дипломной работы, которое включило три раздела: теоретический, аналитический и проектный.

Объект исследования – процесс предоставления гостиничных услуг.

Предмет исследования – теоретические, методические и практические вопросы, связанные с определением качества гостиничных услуг.

В процессе сбора данных для аналитической части применялись следующие методы: изучение документов, анкетирование клиентов гостиницы, на основе чего составлены обобщающие таблицы.

Методологической основой исследования также являются методы системного анализа, экономико- математического моделирования, сравнений, обобщений и аналогий, анализ статистических данных и научных публикаций.

Информационной базой исследования стали труды таких отечественных ученых, как Ткаченко Т.И., Кобяк М.В., Скобкин С.С., Кабушкин Н.И., Рудинская Е.В., Гуртовая О.С., Чернышева А.В., Тимохина Т.Л., Сорокина А.В., Папирян Г.А. и других.

Результаты дипломной работы были опубликованы в статье.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В первой главе дипломной работы были рассмотрены теоретические основы управления качеством услуг, что позволило определить понятие качества, как важнейшего элемента эффективного обслуживания в гостинице; а также выявить формы и методы оценки качества гостиничных услуг.

Качество было определено как обслуживание с точки зрения удовлетворения ожиданий клиента. Структура данной модели предполагает наличие пяти 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, персонал отеля должен создать такую систему качества на своем предприятии, которая бы служила достижению главной цели обслуживания - полного удовлетворения всех потребностей туристов.

Применительно к качеству услуг были выделены: компетентность; надежность; отзывчивость; понимание; коммуникация; доверие (репутация фирмы); безопасность; обходительность; осязаемость (материальная привлекательность помещений и формы персонала).

Также важным фактором 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.

Во второй практической главе была проанализирована деятельность отеля "Калифорния", отличающегося отличным месторасположением, инфраструктурой, а также располагающего всеми условиями для проведения

деловых встреч и конференций. Предприятие имеет разветвленную организационную структуру управления.

Для выявления сильных и слабых сторон гостиничного комплекса "Калифорния" был проведен Swot-анализ. Так, к сильным сторонам я отнесла выгодное расположение гостиницы; хороший имидж гостиницы в городе; наличие своего круга постоянных клиентов. К слабым сторонам относятся следующие: персонал служб питания и горничные не квалифицированы - незнание иностранных языков; слабое представление о рынке; нехватка данных по поводу стратегических направлений развития гостиницы.

Так как важным фактором успешного ведения гостиничного бизнеса является применение в деятельности отеля "Калифорния" принципов менеджмента качества, первым из которых является удовлетворенность потребителей, было проведено анкетирование клиентов гостиницы "Калифорния" для оценки их удовлетворенности качества сервиса в данном отеле. В ходе проведенного опроса было выявлено, что наиболее значимы для выбора гостиницы стоимость проживания и месторасположение. Как показал опрос гостей гостиницы "Калифорния", работа службы приема и размещения в целом может быть оценена как хорошая, однако, 23% опрошенных дали ее деятельности оценку среднюю и ниже.

Наблюдение, проведенное в процессе написания дипломной работы, позволило выявить возможные причины недовольства: люди, приехавшие в гостиницу без предварительного бронирования во время проведения мероприятий в Одессе (например, день города), не могли получить номер и были вынуждены искать новое место размещения; администраторы не всегда корректны в беседах с гостями; номера, в которые размещали новых гостей (при бронировании), к времени их приезда еще не были готовы; не все заявки на бронирование обрабатывались с первого раза, от заказчика требовалось повторное направление запроса.

В связи с вышеперечисленными проблемами, были разработаны предложения по повышению качества оказываемых услуг в гостинице «Калифорния».

Организация работ по управлению качеством услуг в отеле " Калифорния " также предполагает создание систем качества, соответствующих рекомендациям стандартов ИСО 9000, и принятие необходимых мер по обеспечению их эффективного функционирования. Система качества в отеле " Калифорния " должна включать следующие элементы: 1. эффективное управление предприятием на основе маркетинга. 2. создание корпоративной культуры отеля " Калифорния ". 3. внедрение стандартов технического качества обслуживания. 4. разработка новых продуктов. 5. для ряда категорий гостей - постоянных клиентов, туристических групп, делегаций, школьников- в гостинице предусмотреть систему скидок.

Также был разработаны должностные инструкции администратора отеля и портье. Применение данных предложений на практике позволит повысить качество услуг в гостинице " Калифорния ".

1. Багиев Г.Л. «Маркетинг. Словарь и библиография: справочное пособие» СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1998 г., 241 стр.
2. Багиев Г.Л. «Методы получения и обработки маркетинговой информации» СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006 г., 269 стр.
3. Багиев Г.Л. «Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии» М.: ЛОПВНТОЭ, 2000 г., 387 стр.
4. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса [Текст] / М.: ООО «Вершина», 2005. - 176 с.
5. Бедрадіна Г.К., Герасименко В.Г.- «Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві»: ТНУ ім. Вернадського - 2010
6. Браймер, Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства [Текст]: Пер. с англ. -- М.: Аспект-Пресс, 1995. - 254 с.
7. Волков О.И., Девяткин О.В., «Экономика предприятия (фирмы)», М: «Инфра-М», 2006г., 601стр.
8. Волкова О. В., Недяк Н. В.- Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції "Індустрія гостинності в країнах Європи". - 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. - 176 с. - С.167-169.
9. Гостиничный рынок Украины: проблемы роста [Электронный ресурс]. - Сайт Гостиничный и ресторанный бизнес «Незабаром». - 2007. - Режим доступа: <http://www.nezabarom.ua/>
10. Дементьева С.В. Отельный менеджмент: Учебное пособие. - Ольборг: Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета, 2011. - 160 с.
11. Джанджугазова, Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства [Текст] - М.: Academia, 2003. - 185 с.
12. Дихтль Е., Хершген Х. «Практический маркетинг» М.: Высшая школа, 2006 г., 462 стр.

13. Елканова Д.И., Осипов Д.А., Романов В.В., Сорокина Е.В. Основы индустрии гостеприимства: Учебное пособие. - М.: Дашков и Ко, 2010. - 248 с.
14. Зорин, Е.В. Виноградов, П. А. Ильина Е.Н. и др. Туризм и отраслевые системы [Текст]: М.: Финансы и статистика, 2001. - 178 с.
15. Исмаев, Д.К. Международное гостиничное хозяйство: по материалам зарубежных публикаций[Текст] - М.: ВШТГ, 1998. - 86 с.
16. Кабушкин Н., Бондаренко Г., Менеджмент гостиниц и ресторанов [Текст] /. - учеб. пособие - Минск: ООО «Новое знание», 2000. - 180 с.
17. Карнаухова В.К., Т.А. Краковская, Сервисная деятельность / - Ростов н/Д.: Изд-кий центр «Март», 2006. - 256 с.
18. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Пер. с англ.; 2-е европ. изд. -- СПб.: Издательский дом “Вильямс”, 1998. - 580 с.
19. Крестов И.И. «Маркетинг на предприятии» М.: ФИНСТАТИНФОРМ, 2004 г., 452 стр.
20. Круль Г.Я. Основи готельної справи: Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 368 с.
21. Кудимова, М.В. Уважение к клиенту начинается с уважения к себе. [Текст] // 5 звезд, 2000, №6.
22. Кусков А.С. Гостиничное дело: Учебное пособие. - М.: Дашков и Ко, 2009. - 328 с.
23. Лесник А., Смирнова М., Методика проведения маркетинговых исследований в гостиничном бизнесе [Текст] /- М.: ООО «САС ПЛЮС», 2002.-126 с.
24. Лесник, А.Л. О проблеме качества гостиничных услуг [Текст] // Отель.- 2006.-№ 4.- с. 10-13
25. Лесник А.Л., Чернышев А.В./ Организация и управление гостиничным бизнесом - М.: Издательский дом «Альпина», 2001. - 212 с.
26. Лесник А., Чернышев А.В., Практика маркетинга в гостиничном и ресторанном бизнесе [Текст] / - М.: Товарищ, 2000. - 286 с.

27. Ляпина, И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания [Текст] : ПрофОбрИздат, 2001. - 187 с.
28. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика-К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
29. Международные гостиничные сети активно идут в Украину, но не рискуют [Электронный ресурс]. - BIZKIEV. - 2008. – Режим доступа: <http://bizkiev.com/content/view/299/613/>
30. Международные гостиничные сети в Украине [Электронный ресурс]. - Украинский туризм. - 2005. - № 5. – Режим доступа: <http://www.hoteliero.com/ru/articles/hotel-chains/>
31. Международный стандарт ИСО 9004-2:1991. Общее руководство качеством и элементы системы качества. Ч. 2: Руководящие указания по услугам / Пер. с англ., науч. ред. В.И. Галеев. -- М.: Всерос. науч.-исслед. ин-т сертификации Госстандарта России (ВНИИС), 1996. - 68 с.
32. Музыченко П.Б., Музыченко Н.П. «Гостиницы и гостиничное хозяйство. Учебное пособие к изучению курса для студентов специальности 1001303.65 СКС-Т всех форм обучения» Ха, 2007г.
33. Мунін Г.Б., Змійов А.О., Зінов'єв Г.О., Самарцев Є.В., Гаца О.О., Максимець К.П., Роглев Х.Й. Управління сучасним готельним комплексом: Навчальний посібник / За редакцією члена-кор. НАН України, д.е.н., проф. Дорогунцова С.І. - К.: Ліра-К, 2005. - 520 с.
34. Нагимова З.А. Управление персоналом на предприятиях гостиничного бизнеса / З.А. Нагимова. - СПб.: Питер, 2004. - 144 с.
35. Нестерук, М.М. Качество и конкуренция в гостиничном бизнесе [Текст] / Парад отелей.- 2004.- № 3.- с.46
36. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2003. - 348 с.
37. Обзор рынка гостиниц и гостиничных комплексов Украины [Электронный ресурс]. - Сайт Hotel Market. - 2008. - Режим доступа: <http://www.hotelmarket.com.ua/published/hotel/obzor.html>.

38. Питер Р. Диксон. Управление маркетингом [Текст] .- Пер. с англ. -- М.:ЗАО "Изд-во БИНОМ", 1998. - 174 с.
39. Присяжнюк А. В.- Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції "Індустрія гостинності в країнах Європи". - 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009.- 176 с. - С.74-78.
40. Проблемы и перспективы развития гостиничного рынка Украины [Электронный ресурс]. -Сайт Work in Hotel. - 2010. - Режим доступа: <http://www.workinhotel.com/blogs/entry/1324/>
41. Райли М. "Управление персоналом в гостеприимстве" Издательство "Юнити-Дана", 2005.-122 с.
42. Реалии и перспективы гостиничного сегмента Киева [Электронный ресурс]. - Недвижимость в Украине. - 2008. - Режим доступа: http://vukraine.com.ua/news/content/realii_i_perspektivy_gostinichnogo_segmenta_kieva
43. Савицкая Г.В., «Анализ хозяйственной деятельности. Учебное издание», М.: «Инфра-М», 2007г.
44. Смирнов Э.А. «Основы теории организации: учебное пособие для вузов» М.:Аудит ЮНИТИ, 2005г., 347стр.
45. Стадник, А.А. Технология приема и обслуживания туристов в гостинице [Текст] - М.: Инфра-М, 2005. - 286 с.
46. Теодорович Лариса Віталіївна Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції "Індустрія гостинності в країнах Європи". - 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. - 176 с. - С.98-99.
47. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства - М: Финансы и статистика, 2006. - 176 с.
48. Фісун М.М. «Розвиток франчайзингових відносин у готельних ланцюгах світу»-Збірник наукових робіт за підсумками студентської наукової конференції ФМЕ, випуск 5, том 2. Одеса- 2015

49. Чудновский А.Д. Гостиничный и туристический бизнес: Учебник. - М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 1998. - 168 с.
50. Чудновский А.Д., «Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник», М.: ЭКСМОС, 2000г., 399стр.
51. Чудновский А.Д., Жукова М.А., «Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта»: учебное пособие – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 304 с.
52. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб. пособие; 2-е изд., испр. и доп. -- М.: Изд-во «ГНОМ-ПРЕСС», 1998. - 224 с.
53. Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства: Учебное пособие. - М. : Издательство РДЛ, 2006. - 328 с.