**Повышение квалификации персонала гостиницы как фактор совершенствования качества гостиничного обслуживания**

2016

Диплом

Современное общество сильно отличается от всех предыдущих формаций. На сегодняшний день формы самовыражения и поведение людей представляются в самых различных вариантах. А так как общество XXI века отличается демократичностью взглядов и гуманизмом во всех его проявлениях, то вопрос развития сферы различного рода услуг становится неотъемлемой частью повседневной жизни миллиардов людей. Вопрос оказания услуг такой же древний, как и само человеческое общество, собственно само человеческое общество возникло через систему оказания услуг.

**Содержание**

Введение

1. Теоретические аспекты качества гостиничного обслуживания и взаимосвязь с уровнем квалификации персонала

1.1 Роль и значение качества гостиничного обслуживания в современной гостинице

1.2 Место службы приема и размещения в гостинице

1.3 Уровень квалификации сотрудников гостиницы, формы её повышения и влияние на качество обслуживания

2. Характеристика персонала службы приема и размещения в гостинице «Дон Плаза»

2.1 Общая характеристика и организационная структура гостиницы

2.2 Состав службы приема и размещения, функциональные обязанности

2.3 Требования к сотрудникам службы приема и размещения

3. Рекомендации по повышению квалификации сотрудников службы приема и размещения в целях совершенствования качества обслуживания в гостинице «Дон Плаза»

3.1 Проведение тренинга по совершенствованию навыков телефонных переговоров

3.2 Повышение квалификации сотрудников службы приема и размещения в части знания иностранного языка

Заключение

Список использованных источников  
 **Введение**

Современное общество сильно отличается от всех предыдущих формаций. На сегодняшний день формы самовыражения и поведение людей представляются в самых различных вариантах. А так как общество XXI века отличается демократичностью взглядов и гуманизмом во всех его проявлениях, то вопрос развития сферы различного рода услуг становится неотъемлемой частью повседневной жизни миллиардов людей. Вопрос оказания услуг такой же древний, как и само человеческое общество, собственно само человеческое общество возникло через систему оказания услуг. Это можно увидеть и сегодня в отношениях приматов, когда взамен на определенную услугу (выбор блох, к примеру), обезьяна получает выгоду, как в виде положения в стае, так и в возможности выбора хорошей пищи.

**Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций –**

[**http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml)

Сегодня услуги — это особая тема, так как самые различные услуги можно получить за небольшое вознаграждение в кратчайшие сроки и повсеместно, к примеру, можно остановиться в гостинице и получить за уместную плату теплую постель, горячий душ и ужин.

При этом необходимо учитывать и тот момент, что гостиничный бизнес, так же относится к сфере услуг, однако, в нашей стране она крайне неразвита — сервис уступает качеством, а цены превышают по стоимости среднестатистические аналоги за рубежом. Следовательно, гостиничный бизнес в российской экономике, хоть и прибыльный, но он так же и не самый качественный. Что в свою очередь и приводит к необходимости изучения выбранной темы.

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)  [Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)  [Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |

Актуальность темы обусловлена тем, что на сегодняшний день эта сфера нуждается в серьезных корректировках, и как со стороны управления, и так же со стороны организации и регулирования. Дело в том, что большая часть существующих гостиниц, не смотря на свою жизнеспособность, все же не могут предоставить потребителю положенный уровень обслуживания. А те, кто предоставляет, делает это по очень высоким ценам. В то время как цена услуги должна зависеть не только от качества, но также и от содержания. В связи с этим необходимо изучить вопрос о качестве и сущности предоставляемых услуг и для образца была выбрана гостиница «Дон-Плаза», деятельность которой гости оценивают по-разному. Но в общих чертах, это жизнеспособная организация, имеющая широкий рабочий профиль, а, следовательно, она подходит для изучения выбранной темы.

Степень научной разработанности проблемы с одной стороны очень высока, так как вопрос оказания качественных услуг в нашей стране стоит очень остро. И на эту тему писали экономисты, маркетологи и различные исследователи, как гостиничной сферы, так и сферы услуг. Но для подготовки работы на тему «Повышение квалификации персонала службы приема и размещения гостиницы «Дон-Плаза» как фактор совершенствования гостиничного обслуживания», необходимо использовать не только теоритический материал о сущности проблемы, но так же потребуется рассмотрение внутренних отчетов, бизнес-плана и других документов выбранного предприятия.

Таким образом, основой работы будут статьи и монографии таких исследователей как, Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Гостиничный бизнес как вид деятельности, где были рассмотрены стандарты качества и методы обслуживания в туристическом бизнесе.

Но, наиболее полное описание изучаемой проблемы просматривается в работах по менеджменту качества, таких авторов, как Коновалова И.В. Ефименко Н.Ф. Щетинина К.И., Суховская Д.Н., Михайлов С.А., которые не только классифицировали услуги, но также определили причинно-следственные связи, характерные для современного гостиничного бизнеса в принятии решения по оказанию тех или иных видов услуг и уровня их качества.

**Фитнес на дому**



[**http://учебники.информ2000.рф/fit1.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/fit1.shtml)

Цель работы — рассмотрение повышения квалификации персонала служба приема и размещения как фактор совершенствования гостиничного обслуживания.

В соответствие, с обозначенным объектом, предметом и целью, в работе будут рассмотрены следующие задачи исследования:

описать роль и значение качества гостиничного обслуживания в современной гостинице;

проанализировать место и значение службы приема и размещения в гостинице;

охарактеризовать уровень квалификации сотрудников гостиницы, формы её повышения и влияние на качество обслуживания;

представить общую характеристику и организационную структуру гостиницы**;**

**рассмотреть**состав службы приема и размещения, функциональные обязанности;

показать роль и место **гостиницы «Дон Плаза»**в системе гостиничного обслуживания населения;

перечислить и раскрыть требования к сотрудникам службы приема и размещения;

предложить и обосновать рекомендации и мероприятия по повышению качества услуг **гостиницы «Дон-Плаза».**

Объект дипломной работы — гостиница «Дон-Плаза».

Предмет — повышение квалификации персонала службы приема и размещения.

Для реализации поставленных цели, задач, описания предмета и объекта дипломной работы необходимо определить перечень методов исследования: постановка проблемы и ее решение на основе полученных фактов, анализ и синтез собранной информации, восхождение от абстрактного к конкретному.

Теоретическая значимость дипломного проекта на тему «Повышение квалификации персонала службы приема и размещения гостиницы «Дон-Плаза» как фактор совершенствования гостиничного обслуживания», обусловлена в первую очередь тем, что имеет многоплановый характер. Так как в основе исследования будут лежать проблемы оказания качественных услуг населению, что связано с рядом факторов, не зависящих от самой фирмы, так как она не может нести ответственность за поведение самих клиентов и их требования.

Таким образом, теоретическая значимость работы будет заключаться в выводах и анализе проведенных исследований по вопросу качества оказываемых услуг в гостиничном бизнесе.

Практическая значимость проделанной работы заключается в возможности рассмотрения полученных при анализе выводов и сформированных рекомендаций руководством предприятия фирмы с целью дальнейшего применения или корректировки настоящей деятельности.

Структура исследования определена целями и задачами дипломного проекта и включает следующие части: введение, где рассмотрены основные вопросы, которые будут раскрыты в работе, обоснована актуальность выбранной темы и определена научная разработанность проблемы; три главы, где раскрываются основные вопросы исследования; заключение, в котором подведены итоги по проделанной работе и список использованных источников и литературы, в котором перечислены все авторы и их работы, благодаря которым была написана данная работа.

**1. Теоретические аспекты качества гостиничного обслуживания и взаимосвязь с уровнем квалификации персонала**

**1.1 Роль и значение качества гостиничного обслуживания в современной гостинице**

На протяжении развития человеческого общества формировались идеи развития торговых отношений, т.е. они заложены в самом жизненном укладе человеческого общества. Мы живем в разных частях мира, у нас разные продукты, климат, ресурсы, ценности. Все это может и должно становится продуктами товарооборота на международном уровне. Нужно так же помнить, что в основе международной торговли всегда лежали идеи получения выгоды от взаимодействия с другими странами, увеличение объемов производства, либо товарооборота, либо ресурсов. На сегодняшний день эти процессы достигли пика, так как мы живем в век глобализации.

Само понятие термина услуга — неоднозначно и постоянно подвергалось корректировкам, пока решением международных организаций не появилось ныне существующее и пользующееся наибольшей популярностью. Таким образом выходит, что услуги — это нематериальный и недолговечный товар, непосредственно связанный с деятельностью человека, но не предполагающий его наличия. Услуги могут быть как торгуемые, так и не торгуемые, последние делятся на коммерческие и некоммерческие [4].

Таким образом, сфера услуг охватывает самые обширные области взаимодействия людей и безусловно существует только для того, что бы люди могли получить желаемое. На международном уровне сфера услуг позволяет восполнить государствам те пробелы в различных сферах жизни, которые у них есть. А что касается международных организаций, то они выступают в роли посредников и контролеров, защищающих права и свободы поставщиков и получателей той или иной услуги. Рынок услуг постепенно охватывает все возможные сферы жизни общества, системы взаимодействия стран и становится неотъемлемой частью мировой экономики.

Кроме того, общество — это специфический симбиоз потребностей и догоняющих возможностей. Новые направления на рынке услуг позволяют иначе взглянуть на грядущее и осознать, что в скором времени весь мир отойдет от производящей экономики в сторону предоставления услуг. Однако, продолжают свое существование и развитие услуги, которые имеют давнюю историю и при этом не способные исчезнуть, как на современном этапе развития общества, так и на протяжении всей истории человечества. К таким услугам можно отнести гостиничный бизнес.

Человек, будучи существом социализированным, нуждается в комфорте и уюте, а за не имением собственных средств организации комфорта, ему всегда приходили на помощь другие люди — оставаясь на постой, на ночь или несколько дней, люди стимулировали появление первых гостиниц — постоялые дворы и странные дома (дома для странников). В этих местах можно было выспаться, поесть и даже искупаться (не смотря на то, что в разных культурах к этому вопросу относились по-разному) [5].

Конечно же, с развитием общества места, где можно было остановиться стали появляться во всех городах, развивалась система оказания услуг населению, образовывалось комфортное пространство вокруг постояльцев, и постепенно началось разделение гостиниц на уровни — в одних могли себе позволить селиться все, в других только бедные. Чем дальше шло общество по пути развития, тем большее разделение претерпевали гостиницы, качество обслуживания, перечень предоставляемых услуг, уровень чистоты и предлагаемой пищевой продукции составляли рекламу или антирекламу для гостиницы и тем самым привлекали либо очень богатых людей, либо оказывались в числе средних и низкокачественных мест отдыха.

Важно отметить, что в процессе развития постоялые дворы, которые использовались путниками в качестве перевалочного пункта, стали принимать постояльцев, при этом разнилась ценовая политика и таким образом, так же шел процесс дифференциации постоялых дворов. С развитием функциональных обязанностей стали появляться необходимые услуги, и постоялый двор стал стремиться к высоким требованиям к обслуживающему персоналу, при этом в перечне требований был не только внешний вид, но так же и знания и навыки, которыми обладали люди. Знание языков, города (прилегающей местности), умение быть полезными во всем и всегда, терпимость и обходительность — уже на первоначальном этапе развития гостиничного бизнеса эти качества были ключевыми.

И, конечно же, в процессе развития общества требования к персоналу увеличивались и при этом гостиничное хозяйство так же видоизменялось. Если в первоначальном виде гостиничный двор мог содержать свинарник, хлев, курятник и конюшню не опасаясь, что такой вид может отогнать клиентов, то постепенно свинарни были убраны совершенно, так как запах отталкивал клиентов, курятники и хлев оказывались на заднем дворе, но и это не устраивало некоторых представительных клиентов, в результате оставались только конюшни, но и они были расположены вдалеке от здания гостиницы, так как лошади и кареты находились в разных помещениях. А на замену подсобному хозяйству стали приходить витражи, клумбы и фонтаны. Внутренне убранство так же стало занимать не маловажную роль. Разрабатывая новые подходы к уходу за внешними и внутренними территориями вырабатывались требования к оформлению отеля: чистота, порядок, опрятность персонала, наличие атрибутов декорирования помещения и необходимых для удобства посетителей предметов (кресел, диванов, столов и стульев) [9].

Кроме того, если брать за основу изучение гостиничного бизнеса в России, то важно отметить, тот факт, что история развития гостиниц мало чем отличается от зарубежной истории, вплоть до советской эпохи. Именно в это время количество и качество гостиничной отрасли сильно снизился, по сравнению с уровнем зарубежных стран. Конечно, были гостиницы которые принимали, в основном зарубежных туристов и государственных деятелей и их уровень значительно отличался от основного гостиничного комплекса страны, который был направлен на простого обывателя — а советские граждане не нуждались в излишествах и потому включал ряд услуг — чистая постель, сан узел. Еду можно было не предоставляться, так как обедали советские командировщики либо бутербродами, либо в столовых. И нужно отметить, что и сегодня есть такие гостиницы, которые предоставляют койко-место в давно не ремонтированных комнатах с общим санузлом на этаже и без каких-либо дополнительных услуг. И они так же пользуются успехом у простых рабочих, которых отправляют в командировку выдавая минимальные суточные, а некоторые, что бы и эти деньги сэкономить спят прямо в машинах. В таких условиях трудно говорить о высоком уровне гостиничного бизнеса в России, так как по факту, чем лучше гостиница — тем выше цена, а в условиях низких зарплат и кризиса очень небольшой процент населения может себе позволить останавливаться в гостиницах такого типа.

При этом принято считать, что гостиничный бизнес в актуальных условиях развития предпринимательской активности — в наибольшей степени перспективная и быстро эволюционирующая в колорите предоставляемых продуктов отрасль, сосредотачивающая в себе значительный функционал, характерные черты обширного конкурентного потенциала в среде коммерческих отношений сферы средств размещения и перспективы в условиях рыночной экономики как национального, так и международного уровня, способная приносить устойчивый доход в федеральный, региональные и муниципальные бюджеты страны, являясь частью индустрии гостеприимства, естественно органически связывающая набор средств размещения, предприятия общественного питания, транспортную инфраструктуру в монолитную цепь международного и межрегионального коммуникационного взаимодействия.

Гостиничные комплексы являются необходимым элементом социальной сферы, снабжающим постояльцев определенным спектром услуг, важнейшими среди которых представляются обеспечение помещением временного проживания и питанием. Гостиничное обслуживание особо значимо в плане повышения качества жизни населения, интенсификации международных и межрегиональных коммерческих коммуникаций, что косвенно влияет на возможность роста эффективности общественного производства [17].

Развитие и активизация предпринимательских структур в национальном гостиничном хозяйстве и на отдельно взятых территориях многозначительно в контексте обеспечения высокого уровня занятости, позитивного влияния на функционирование иных секторов государственной экономики, может способствовать более свободному доступу международных инвестиций, но для этого гостиница должна зарекомендовать себя как перспективная, конкурентоспособная и прибыльная организация. А потому, для инвесторов главным показателем будет качество обслуживания, уровень требований к персоналу, особенности подходов к отбору персонала и подхода к клиентам, т.е. по сути, будущее гостиницы будет зависеть не столько от той цены, которую они запрашивают за оказываемые услуги, сколько от соотношения цены и качества предоставляемых услуг.

Таким образом, можно отметить, что на протяжении всего процесса исторического развития гостиничный бизнес шел к современной дифференциации по уровню услуг. Пятизвездочная система предполагает, что чем больше у гостиницы звезд, тем лучше будет обслуживание, тем больший перечень услуг потребителю предоставит фирма, тем качественней будут эти услуги и соответственно наиболее приемлемей будут сами номера и все что к ним прилагается. Выбор качества и цены должен зависеть от их прямой зависимости, а не в пользу самого дешевого, но это задача не столько гостиничного бизнеса, сколько самого государства.

персонал гостиница квалификация **1.2 Место службы приема и размещения в гостинице**

Говоря о современности, необходимо отметить, что есть большая разница между тем, к чему привыкли россияне и к чему привыкли европейцы. Еще в ХХ веке, после Второй Мировой войны, когда советские воины вернулись домой, они отметили, что какую бы пропаганду не проводило правительство, утверждая, что советское государство — самое лучшее в мире, как бы ни старались показать превосходство над буржуазией Запада, все равно советские город и тем более деревня сильно уступали по качеству тому, что было в Европе. И важно отметить, что с одной стороны правительство СССР осознавало эту колоссальную разницу, чем возможно и продиктовывалась политика, расселять дипломатов из зарубежных стран в музеях — бывших усадьбах русской аристократии и царской семьи, как местах роскоши и все возможного удобства. Но по факту, в самом российском обществе представлений о том, что есть качество и как его необходимо организовывать, фактически не существовало.

Кроме того, там, где качество, там и выбор, а где выбор, там должно было быть разнообразие. В советском, как продуктовом, так и вещевом рынках выбора не было, были одинаковые подходящие для всех товары, которые не выделяли людей и подчеркивали их равенство. И, конечно же, образ жизни отражался и на работе. Никто и не задумывался на тему организации уюта и комфорта постояльцев в тех или иных гостиницах, санаториях и прочих домах отдыха. Да и не нужно было это простым советским гражданам, которые посещая подобные заведения уже ощущали разительную разницу между их привычным образом жизни и тем, что предлагали в подобного рода местах.

А потому, можно отметить разницу в психологии и менталитете советского, зарубежного и современного российского человека. Первые не стремились к роскоши, она была для них в прекрасных парках, чистом воздухе, полезной пище и минимальном уюте. Вторые считали роскошь необходимым атрибутом, гарантирующим комфорт и уважение к гостю, нет роскоши, значит это не отель и не дом отдыха — это забегаловка, которую не стоит и посещать. Последние стремятся быть похожими на западных «друзей» и так же требуют от своих гостиниц, домов отдыха, санаториев, роскоши во всем. Вот только есть огромная разница между реальным и возможным потребителем, для реального потребителя — среднестатистического россиянина те цены, которые стоят на номера в отелях, даже самых обыкновенных — крайне велико, а если в них добавить роскошь и шик, то стоимость возрастет, а будет ли обслуживание на том же уровне не известно, а окажутся ли потребители способны покрыть расходы на проживание в таком отеле — довольно сомнительно. А потому, большая часть современных гостиниц, делают ставку не на роскошь, а именно на обслуживание, на квалифицированный персонал и на почтительное отношение к любым посетителям.

Как театр начинается с вешалки, так гостиница начинается со службы приема и размещения гостей. Если человеку не понравится как с ним разговаривают, как к нему относятся и что предлагают, вряд ли это человек вернется в это место. И это имеет отношение ко всему. А в отеле отношение к посетителям должно быть особенным:

во-первых, отель это многоуровневое учреждение и персонал в нем разный, но если не требовать, к примеру, от горничных, таких же внимательности и такта, как от портье или курьера, то окажется, что в этом месте могут работать самые ужасные уборщицы и человек туда больше не пойдет;

в-третьих, условия жизни так же могут быть для одних посетителей шикарными, а для других шкаф сделанный из дешевого материала поставить крест на данном заведении и в данном случае так же нужно уметь выдерживать нападки со стороны клиентов [1].

Кроме того, часто в гостиницы попадают люди, которые связались с недобросовестным оператором, которые не оплатил или перевел не всю сумму на счет гостиницы и нет возможности расселить людей и в этих случаях так же требуется выдержка и такт.

А потому, самым главным в отеле будет персонал, который встречает людей при входе в отель, именно от его выдержки, стрессоустойчивости, не конфликтности, коммуникабельности и стрессоустойчивости будет зависеть развитие гостиницы, ее авторитет, престиж и конкурентоспособность.

**[Смотрите также:   Дипломная работа по теме "Мульт-терапия как технология реабилитации детей с ограниченными возможностями здоровья"](https://sprosi.xyz/works/diplomnaya-rabota-po-teme-mult-terapiya-kak-tehnologiya-reabilitaczii-detej-s-ogranichennymi-vozmozhnostyami-zdorovya/" \t "_blank)**

Но в то же время, определить роль и значение службы приема и размещения в гостинице — это еще не значит, что все гостиницы будут следовать этому правиле. Необходимо понять, почему ряд организаций не видят смысла в предоставлении качественного обслуживания.

При этом если изучить механизмы регулирования качества гостиничных услуг, обеспечиваемых государством, процедурами международной сертификации гостиниц и сетевыми стандартами они не в полной мере обеспечивают качество гостиничного сервиса. В сложившейся ситуации в некоторых случаях для гостиниц основным механизмом, обеспечивающим потребителю гарантию заявленного качества услуги, становится система менеджмента качества гостиницы [11].

В настоящее время основой для построения система менеджмента качества организаций являются требования и рекомендации международных стандартов серии ISO 9000, в которых аккумулирован многолетний опыт в области менеджмента качества ведущих фирм мира. Эти стандарты носят достаточно общий характер, распространяются на промышленные предприятия и организации сферы услуг, работающие в различных сферах деятельности и, поэтому, для применения этих стандартов в каждой конкретной области требуется разработка методов и моделей построения система менеджмента качества с учетом специфики этой области.

Как показывает проведенный анализ литературы, в настоящее время отсутствуют конкретные рекомендации, методы и модели разработки и внедрения система менеджмента качества на базе стандартов серии ISO 9000 в гостиницах.

В соответствии с международным стандартом ИСО 9000-2011 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь», под системой менеджмента качества понимается система менеджмента для руководства и управления организацией применительно к качеству, т.е. часть системы менеджмента организации, которая направлена на достижение результатов, в соответствии с целями в области качества, чтобы удовлетворять потребности, ожидания и требования заинтересованных сторон.

Фактически система менеджмента качества гостиницы представляет собой совокупность организационной структуры, документации (документированных процедур, методических указаний, рабочих инструкций), процессов и ресурсов, необходимых для осуществления общего руководства качеством организации. Все эти элементы система менеджмента качества необходимо конкретизировать применительно к организациям гостиничного типа.

Как известно в основе стандартов серии ISO 9000 лежит процессно-ориентированный или процессный подход в управлении организацией. Суть процессного подхода заключается в том, что организация, рассматривается как совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих процессов, а управление организацией осуществляется посредством управления этими процессами [20].

Поэтому при создании системы менеджмента качества любой, в том числе и сервисной организации, прежде всего, необходимо выделить и описать основные и обеспечивающие процессы, которые связаны с деятельностью этой организации и определяют качество выпускаемой продукции, или предоставляемой услуги.

Для практического построения системы менеджмента качества гостиницы необходима разработка детализированной базовой процессной модели система менеджмента качества, включая выделение, описание и регламентацию процессов и видов деятельности, относящихся к ответственности руководства, процессам жизненного цикла гостиничных услуг, процессам менеджмента ресурсов и обеспечивающих процессов, процессов измерения, анализа и улучшения.

Внутренняя система менеджмента качества гостиницы может эффективно функционировать, если в организации существует действенная система измерений и сбора и анализа данных о качестве процессов обслуживания, о степени достижения поставленных целей и степени удовлетворенности посетителей.

При этом желательно, чтобы система измерений и мониторинга система менеджмента качества могла бы обеспечить получение информации и управление характеристиками качества гостиничных услуг трех групп, а именно:

характеристиками потенциальных ресурсов гостиницы;

характеристиками процессов предоставления гостиничных услуг;

характеристиками оценки качества предоставленных услуг, определяемых степенью, удовлетворённости потребителей с помощью системы их анкетирования, сбора и анализа жалоб и предложений, сравнения качества услуг конкурентов с качеством предоставления собственных услуг.

Это, с одной стороны, создавало бы потенциальные условия для государственной и международной сертификации гостиниц и последующему их вхождению в международные сети, а, с другой стороны, позволяло бы контролировать важнейшие показатели удовлетворенности потребителей и использовать их для планирования корректирующих и предупреждающих действий, а также мероприятий по улучшению всех процессов гостиницы.

Для реализации этой важнейшей функции система менеджмента качества гостиницы необходимы, прежде всего, выделение основных факторов, влияющих на удовлетворенность посетителей, и разработка методов получения оценки качества гостиничного сервиса (включая комплексные и интегральные показатели) на основе анкетирования потребителей, сбора и анализа их жалоб и предложений.

Показатели качества — это качественные или количественные характеристики одного или нескольких свойств услуги. Существуют различные классы характеристик услуги, такие как:

функциональные характеристики;

социальные характеристики;

временные характеристики (например, скорость исполнения, пунктуальность, надежность);

эргономические характеристики, связанные с комфортом и удобством требования в гостинице и обусловленные физиологическими особенностями человека;

этические характеристики (например, вежливость, честность, правдивость персонала);

характеристики безопасности;

экологические характеристики;

характеристики соответствия стандартам разных уровней государственным, сетевым и др.).

С точки зрения механизмов регулирования и менеджмента качества гостиничного сервиса, приведенные выше показатели (характеристики) качества услуг, по мнению автора, можно условно разделить на три группы. При этом выделенные группы могут включать в себя различные характеристики выделенных ранее классов.

К группе I относятся характеристики потенциальных ресурсов гостиницы, такие как инфраструктура, характеристики номерного фонда, требования пожарной безопасности, экологические требования и др. Контроль и надзор за этими характеристиками осуществляется в рамках процедур государственного лицензирования отдельных видов деятельности гостиниц, добровольной государственной и между народной сертификации гостиниц.

К группе II относятся характеристики процессов предоставления гостиничных услуг, регламентируемые внутренними или международными стандартами корпоративных объединений гостиниц. К таким характеристикам относятся, например, порядок регистрации гостя, порядок уборки номеров, формы и регламенты предоставления дополнительных услуг и др. Контроль и надзор за характеристиками этой группы обычно осуществляется внутренними контролерами гостиниц, аудиторами корпоративных объединений, или независимыми аудиторскими компаниями.

К группе III относятся характеристики оценки качества предоставленных услуг, получаемые посредством принятых в гостинице методов оценки их качества со стороны потребителей и руководства гостиницы. В основе таких методов могут лежать методы опроса и анкетирования посетителей гостиницы, а также внутренние проверки качества реализации гостиничных услуг.

Тем не менее, для большинства гостиниц, не входящих в корпоративные объединения, в настоящее время не существует ни единого перечня таких характеристик, ни единой методики их оценки.

Естественным выходом из создавшегося положения является разработка и внедрение системы сбора и анализа данных в рамках система менеджмента качества гостиницы, которая могла бы поддерживать и обеспечивать оценку и управление характеристиками качества всех трех групп посредством своих процессов (управления ресурсами, жизненного цикла услуги, измерения, анализа и улучшения [19]. **1.3 Уровень квалификации сотрудников гостиницы, формы её повышения и влияние на качество обслуживания**

Можно отметить, что место службы приема и размещения в гостинице, безусловно огромно, именно от него будет зависеть судьба самой организации. Но в связи с тем, что в России нет четких правил определяющих требования и необходимость применения тех или иных международных стандартов, то гостиничный бизнес в России далеко не всегда соответствует как показателям качества, так и заявленным ценам. А потому, необходимо развитие, как нормативной основы, так и системы контроля за исполнением требований к гостиничному сервису. Кроме того, далеко не все гостиницы предоставляют качественные услуги еще и потому, что сам персонал далеко не всегда обладает нужными навыками в работе и необходимыми знаниями, что так же должно быть отрегулировано.

Вообще, вопрос квалификации довольно сложно решается в последнее время, так как в его основе лежит проблема создания нужных условий труда, с одной стороны, а с другой — необходимо следовать существующим требованиям. К величайшему сожалению, требований к внешности студентов, поступающих на отделение гостиничного и ресторанного бизнес, нет. Да их и не может быть — каждый человек волен выбирать себе образование по желанию, а вот при найме на работу он крайне необходим. Внешний вид, миловидные черты, молодость — вот основные требования к персоналу гостиниц, так как они должны не только своими знаниями, но так же и внешностью привлекать посетителей. Проблема в том, что далеко не все с дипломами по специальности подходят под этот перечень, а если ему не следовать, то о каких показателях качества можно говорить. И даже если это непрофессионально, многие руководители приглашают на работу юношей и девушек, которые не имеют ничего общество с гостиничным или ресторанным бизнесом, но при этом являются обладателями молодости, красоты и вкуса. Что касается их образования и квалификации, то эта проблема, как обычно принято считать, решаема — можно легко обучить человека, если он хочет работать. Но с другой стороны, в многих гостиницах (в том числе и в «Дон-Плаза»), возникает высокая текучка кадров, так как требования к персоналу высокие, а квалификации для их реализации просто не хватает.

По факту, если посмотреть на зарубежных партнеров, то окажется, что система норм предоставляющая возможность выгодно поддерживать и имидж и сохранять уровень конкурентоспособности в сфере гостиничного бизнеса — это компетенция персонала. Если портье, то он должен знать все заведения, культурные места и места отдыха любого уровня в городе, если менеджер приема и размещения, то полиглот, если повар, то только на самом высоком уровне и это относится к гостиницам самого разного уровня.

В нашей стране, только ряд гостиниц следуют этим правилам и не все они имеют 5\*. А те, которые имеют, далеко не все соответствуют высоким требованиям.

Проблема оказания услуг в нашей стране стоит очень остро и точно так же как и проблема уровня образования и квалификации персонала. С одной стороны это связано с глобализаций и открытыми границами — необходимо соответствовать международным стандартам, иначе все отечественные услуги будут вытеснены зарубежными аналогами. С другой стороны, необходимо учитывать и то, что требования к персоналу — это сравнительно недавнее явление и потому должно пройти какое-то время, что бы само общество осознало, что такое качество и как его предоставляться.

А если учесть, что в России огромное количество перспективных, туристических и экономически разных районов, то гостиничный бизнес — это не только перспективное направление в предпринимательстве, но так же и важная отрасль в образовании. Развитие сферы услуг, туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса — это взаимосвязанные отрасли, которые обеспечат бюджету страны довольно высокие прибыли, а населению качественное обслуживание, а потому его необходимо развивать, начиная с системы образования и заканчивая систему повышения квалификации уже состоявшихся сотрудников.

Квалификация работника — степень профессиональной обученности, выражающаяся уровнем подготовки, опыта, знаний и навыков, необходимых для выполнения конкретного вида работы. Квалификация работника устанавливается в виде разряда или категории.

Повышение квалификации — обучение, обусловленное изменением характера и содержания труда специалистов на занимаемой должности, моральным старением знаний.

Факторы, влияющие на потребность в обучении:

динамика внешней среды — постоянно изменяется окружающий мир, появляются новые технологии, новые требования к персоналу, образуются новые политические и экономические условия и организация (в частности гостиница), должна быть готовой к подобным изменениям и подготавливать к ним и сам персонал;

изменение стратегии — на протяжении всего периода существования гостиницы она не может сохранять в себе все то старое, что было заложено первоначально, необходимо проводить какие реорганизации, направленные на получение прибыли, а потому, стратегия будет манятся в сторону переориентации деятельности и персонал должен гибко реагировать на то, что руководство прибавляет или наоборот ограничивает их функции в связи с реорганизацией;

создание новой структуры, новые виды деятельности — освоение новых рынков, вот залог успеха, на сегодняшний день. Нет ни одной организации, которая бы смогла удержаться на плаву, предлагая только одну продукцию — всегда должен быть выбор, как у потребителя, так и у персонала — деятельность которого может быть многофункциональной, что обеспечит карьерный рост или дальнейшую трудовую занятость;

анализ уровня соответствия требованиям рабочих мест, качествам работников, занимающих эти места — постоянное проведение тестирований, курсов повышения квалификации, различных проверок в непосредственных условиях труда.

Формы повышения квалификации:

в зависимости от того, кто проводит программу повышения квалификации, выделяют повышение квалификации работников на фирме (внутрифирменное) и за ее пределами (внешнее). Учебные мероприятия, которые планируются и реализуются для работников собственной фирмы, называются внутренним, или внутрифирменным, повышением квалификации. При этом не имеет значения, где именно проводятся эти мероприятия. Повышение квалификации за пределами фирмы (внешнее). Осуществляется в учебных заведениях. Специальной формой внешнего повышения квалификации является межфирменное повышение квалификации;

в зависимости от характера связи с практической деятельностью выделяют повышение квалификации на рабочем месте и повышение квалификации вне рабочего места. Учебным формам подготовки в отрыве от рабочего места (семинары, курсы, коллоквиумы и т.д.) отводятся задачи, состоящие в систематическом обзоре по определенным областям и тенденциям развития, в стимулировании инициативы и формировании новых идей, в отработке поведения и получении информации о влиянии типичных стилей поведения. Типичными формами повышения квалификации на рабочем месте являются: направленная передача опыта, создание подготовительных рабочих мест (например, мест для ассистентов, учеников), планомерная и систематическая смена рабочего места, системы переводов с одной должности на другую (что часто является предпосылкой для занятия руководящих должностей), поручение особых задач и предоставление прав представлять фирму во вне, обсуждение актуальных рабочих проблем;

в зависимости от степени организации процесса повышения квалификации выделяют организованное и неорганизованное повышение квалификации. Наряду с организованной формой повышения квалификации определенное значение имеет и неорганизованная, или так называемая самостоятельная, форма повышения квалификации;

в зависимости от содержания мероприятий по повышению квалификации выделяют повышение квалификации в профессиональной области, отработку поведения, проблемно-ориентированное повышение квалификации. Проблемно-ориентированные мероприятия по повышению квалификации проводятся в зависимости от появления проблем на фирме, например при увеличении процента брака или при внедрении нового технологического процесса. Эти мероприятия часто являются составной частью широкомасштабных концепций организационных преобразований (организационного развития);

в зависимости от целевых групп выделяют повышение квалификации руководящих работников, общее повышение квалификации работников фирмы (технических специалистов и специалистов экономических отделов фирмы, мастеров, молодых сотрудников, идущих на повышение) и открытые программы повышения квалификации (для всех сотрудников без ограничений, которые могут быть рассчитаны даже на членов их семей [22].

Таким образом, можно заключить, что развитие квалификации персонала, с одной стороны — это проблема самой организации, но с другой это так же можно отнести и к проблемам самого государства, так как для развития квалификации представителей гостиничного бизнеса довольно мало мест и программ, их повышения, что должно быть организовано как учебными заведениями, так и государственными органами, отвечающими за отдых и туризм, а так же качественное обслуживание населения. Кроме того, современное общество стоит на пороге колоссальных перемен, когда основным товаров и основой производства будет именно услуга. Уже сегодня существует ряд государств, которые переходят на инновационные технологии, отказываются от привычного производства и занимают свою экономику сферой услуг. Результатом такого развития оказывается и то, что общество снова делится на развитых, развивающихся и догоняющих, а это в век глобализации может пагубно сказаться на общих принципах развития экономики во всем мире, а следовательно грозит нам новым мировым экономическим кризисом. И если Россия вовремя не перейдет на данную систему, то окажется, что в рамках нашего государства сильно отстает гостиничный бизнес и его могут заменить зарубежные аналоги.

Но есть ряд гостиниц, которые не просто соответствуют международным требованиям, они стремятся своим примером показать всю важность и необходимость развития данной отрасли. И в данной работе, необходимо выяснить, относится ли к таким гостиницам отель «Дон-Плаза». **2. Характеристика персонала службы приема и размещения в гостинице «Дон Плаза»**  
**2.1 Общая характеристика и организационная структура гостиницы**

В связи с тем, что вопрос о гостиничном бизнесе крайне актуален в наши дни, а проблем в этой сфере очень много, предполагается возможным изучить особенности развития такой организации, как отель «Дон-Плаза». А так как эта организация претендует на высокое качество и значимость в г. Ростове-на-Дону, то объектом изучения был выбран характер организации и обслуживания клиентов.

Важно отметить, что работа отеля строится на открытости и законности, что обеспечивает высокий организационно-правовой статус организации.

Конгресс-отель «Дон-Плаза», расположенный в самом центре делового города Ростова-на-Дону, — оптимальный выбор для людей, которые ценят время. Конгрессные залы, красивый вид на реку Дон с верхних этажей гостиницы, аромат кофе и свежая пресса по утрам создают все условия для продуктивной работы и экономят время на отдых.

Гостиницы Ростова-на-Дону во многом отражают имидж города, но «Дон Плаза», первый в Ростове-на-Дону и Ростовской области официально сертифицированный отель категории 4\*, подтверждает репутацию динамичной и прогрессивной столицы юга России.

Конгресс-отель «Дон-Плаза» — главная гостиница Ростова-на-Дону, расположенная в центре города на улице Большая Садовая, как с точки зрения локации, так и деловой активности. Здесь южное гостеприимство сочетается с международными стандартами сервиса и максимально удобной инфраструктурой. Окруженный зеленью Покровского сквера, фонтанами и театрами, отель при этом находится в пяти минутах от центральных офисных и административных зданий города. Расположение на улице Большая Садовая, главной улице Ростова-на-Дону, обеспечивает быстрый доступ к аэропорту, железнодорожному вокзалу и другим городским магистралям. Атмосфера отеля передает динамику деловой столицы и настраивает каждого Гостя положительный настрой.

Любой из 254 номеров гостиницы (в не зависимости от уровня: «Стандарт одноместный» или «Президентские апартаменты»), предполагает получение определенных преимуществ:

завтрак «шведский стол»;

современный конгресс-центр;

бесплатный Wi-Fi в номере и отеле;

SPA и фитнес;

организация трансфера;

услуги переводчика и секретаря;

услуги химчистки и прачечной;

лобби-бар «Амадей»;

ночной ресторан Mein-Herz;

круглосуточный рум-сервис.

Гостям, проживающим в отеле, предоставляется бесплатная парковка перед конгресс-отелем «Дон-Плаза». Для гостей мероприятий «Дон-Плаза» рядом с отелем располагается платная парковка.

Конгресс-отель с трансформируемыми конференц-залами и современным оборудованием известен проведением событий государственного масштаба, среди которых — Госсовет России 2007 и Саммит Россия — ЕС 2010. Пространство для событий общей площадью 1500 кв. м. идеально для корпоративных мероприятий, званых вечеров и свадебных торжеств.

Деятельность отеля в сфере гостиничного бизнеса началась в 1994 году с приобретения и реконструкции гостиницы «Интурист». В результате в городе появился конгресс-отель «Дон-Плаза», — первый в Ростовской области официально сертифицированный отель 4\*. Свидетельство успеха «Дон-Плаза» — более тысячи деловых и торжественных мероприятий в год. За 21 год мы превратились из компании местного значения в серьезного игрока федерального рынка гостиничных услуг.

В начале 2010 года Совет директоров компании заявил о новом курсе развития — формировании федеральной гостиничной сети Дон Плаза. Достигнув лидерских позиций на рынке гостиничных и конгрессных услуг Ростова-на-Дону, мы решили заявить о себе как операторе на всероссийском уровне.

В течение года компания вышла на региональный рынок с проектами отелей в Домбае и Ессентуках, а также взяла в управление крупнейшую в южной столице гостиницу «Ростов». Оператор оказывает полный комплекс услуг по эффективному обеспечению эксплуатации гостиничного объекта, находящегося под управлением, в том числе:

консультации при проектировании и запуске объекта;

управленческий и финансовый консалтинг;

подбор и обучение персонала;

маркетинговые услуги;

управление продажами;

преимущества бренда «Дон Плаза»:

знание российского рынка гостеприимства и опыт управления отелем уровня 4\*;

опыт проведения реконструкций действующих объектов и доведения их до уровня 4\*;

готовность брать под управление отели с номерным фондом до 75 номеров и более;

положительный имидж бренда.

Со временем отель пришел к осознанию главных ценностей: доверие, внимание, гостеприимство. Создавая бренд «Дон-Плаза», они таким образом, сделали акцент на месте расположения и возникновения организации.

Учредительными документами фирмы «Дон-Плаза» являются:

Устав — это свод правил, устанавливающих порядок и организацию деятельности предприятия. Это важный документ, и к его составлению следует относиться предельно внимательно. При разработке устава необходимо исходить из требований законодательных актов, действующих на территории России, которыми определяются права собственности, а так же права и обязанности предприятия в процессе осуществления хозяйственной деятельности. В уставе так же оговорены ответственность учредителя:

**[Смотрите также:   Дипломная работа по теме "Логистика организации функционирования городского пассажирского транспорта"](https://sprosi.xyz/works/diplomnaya-rabota-po-teme-logistika-organizaczii-funkczionirovaniya-gorodskogo-passazhirskogo-transporta/" \t "_blank)**

Учредительный договор документ, регламентирующих условия и порядок совместной деятельности учредителей и содержащих следующие сведения: о размере и составе уставного фонда; порядке распределения прибыли; размере и порядке изменения долей, паев или акций каждого из участников в уставном фонде; размере, составе, сроках и порядке внесения участниками вкладов; об ответственности участников за нарушение обязанностей по внесению вкладов и т.д. кроме того, определен адрес предприятия: г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 115. Управление **отелем**осуществляет генеральный директор, которому подчинены все сотрудники фирмы. В «**Дон-Плаза»**система вознаграждения работников включает шкалу возрастающих выплат — по достижении больших объемов продаж в процентах; характерна гибкая система отпусков для всего персонала. Уделяется должное внимание профессиональной подготовке и переподготовке сотрудников. Установление духа коллективизма, семейственности и корпоративности в фирме привело к улучшению производственных результатов и укреплению искренних дружеских отношений, уважения и преданности фирме.

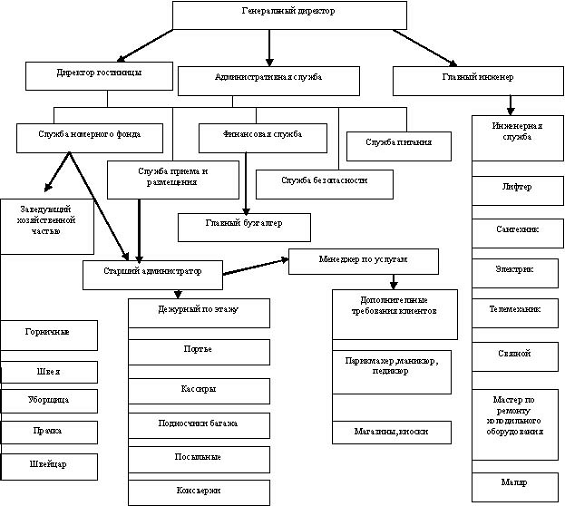


Рисунок 1 — Схема организационной структуры управления гостиницей «Дон-Плаза»

Как показано на рисунке 1 — схема организационной структуры управления гостиницей «Дон-Плаза» очень обширна и имеет множество отраслей.

Важно отметить, что деятельность гостиницы соответствует интересам города, существующим нормативным актам, регулирующим гостиничный бизнес и как следствие предполагает систему четкого планирования своей деятельности. Планирование деятельности «**Дон-Плаза»**представляет собой комплекс оперативного, тактического и стратегического планирования.

Оперативное планирование направлено на решение текущих проблем. Так, например, в ходе деятельности необходимо оперативно решать такие проблемы, как бронирование номеров, организация больших заказов для проведения конференций, фуршетов и банкетов, предоставление услуг трансферы и т.д.

Тактическое планирование направлено на решение среднесрочных задач, обеспечивающих бесперебойное функционирование фирмы. Так, например, «**Дон-Плаза»**с этой целью участвует в областных выставках, налаживая партнерские отношения с конкурирующими фирмами, следит за их новинками.

Стратегическое планирование направлено на долгосрочную перспективу. Так, руководство фирмы разрабатывает новые услуги и предоставляет посетителям обширный перечень и право самостоятельного определения необходимого обслуживания.

Сегодня на рынке гостиничного бизнеса наблюдается тенденция сокращения количества независимых компаний. Стремительно увеличивается доля рынка, принадлежащая гостиничным сетям. Сетевые гостиницы обладают преимуществом перед независимыми гостиницами.

Основными из них являются:

единая торговая марка (бренд);

единая маркетинговая политика;

передовая технология обслуживания;

общая рекламная политика;

консолидированная закупочная и ценовая политика;

единое информационное пространство;

уникальная идея [2].

«Дон-Плаза» постепенно переходит на такой тип обслуживания, благодаря чему на протяжении последних лет просматривается только положительный прирост потребителей. Кроме того, система обслуживания и предоставления информации клиентам так же заслуживает особого внимания. Помимо обслуживания через менеджера, «**Дон-Плаза»**распространила особую практику в своих филиалах — клиентам предоставляется раздаточный материал — «Информационные листы», которые включают самую актуальную информацию и содержат привлекательные фотоколлажи. Описана ценовая политика по дням и перечень возможных номеров для бронирования, описаны так же все характеристики отеля — т.е. это условия размещения, характеристика транспорта (как можно добраться, услуги трансфера) и что будет предложено за дополнительную оплату — особенно последний пункт очень важен, так как клиент заранее знает на какую сумму он должен рассчитывать помимо стоимости проживания в номере. Кроме того, в разделе «Информация для клиента» расписаны все действия — необходимые документы (паспорт, страховка и пр.), специфика поведения (культурные особенности местного населения), возможный досуг и конечно же правила поведения в самом отеле.

Надо отметить, что правила поведения — особый пункт, так как он часто нарушается отечественными гостями. Но в «**Дон-Плаза»**предусмотрены санкции к подобным клиентам, которые портят репутацию отелю, поэтому чаще всего, если это зависит от самих людей и менеджера отеля, правила безопасности не нарушаются. Хотя, необходимо понимать, что все сведенья имеют поверхностный характер. Так как в настоящий момент в России имеются пробелы в отношении статистического учета услуг, особенно в отношении географической структуры экспортных и импортных потоков туристической сферы, а страдают от этого гостиницы, которым приходится сталкиваться с недовольными клиентами. Имеется необходимость и уже ведется работа по составлению общероссийского классификатора видов деятельности гостиниц, адаптированного к международной классификационной системе. На данный момент, изучая вопрос реализации гостиничного бизнеса необходимо учитывать показатели стоимости у разных фирм, условия работы и другие факторы.

Подводя итог, необходимо отметить, что несмотря на международное напряжение и экономический спад услуги по оказанию услуг гостиничного направления в нашей стране все так же существуют, а услуги **отеля «Дон-Плаза»**, все так же пользуются спросом, даже несмотря на то, что ряд внешних факторов сильно повлияли на динамику прироста качества и продукции предоставляемой клиентам. Так же необходимо понимать, что из-за некачественных, но дорогостоящих услуг наш отечественный поставщик теряет клиентов. Такая тенденция намечена в гостиничном бизнесе вообще, а потому важно выяснить роль и место в системе обслуживания населения в отеле «**Дон-Плаза»**.  
**2.2 Состав службы приема и размещения, функциональные обязанности**

Безусловно, выбор наиболее приемлемого отеля не всегда зависит от самого человека. Так, в большом количестве приезжие уже знают в какой отель им отправляться, так как забронированные номера были выбраны не самим человеком, а менеджером той компании, от которой он приехал в командировку.

И конечно же, уровень цен в данном выборе является решающим, но помимо цен, которые примерно равны в ряде ростовских отелей, так же решающим фактором являются услуги, предоставляемые организацией, а так же качество обслуживания.

По сути, именно от того, как менеджеры и администраторы общаются с клиентами, как на «ресепшен» принимают заявки и распределяют клиентов и реализуют размещение гостей, так и будет формироваться образ данного отеля, а следовательно будут образовываться связи с другими компаниями или набираться перечень постоянных клиентов.

Таким образом, для хорошего отеля будет свойственно применение высокого уровня требований как к отбору персонала, так и реализации обязанностей по приему и размещению клиентов.

В состав службы приема и размещения входят:

администраторы;

портье;

кассиры;

швейцар;

подносчики багажа;

посыльные;

консьержи.

Число сотрудников служба приема и размещения зависит от размеров гостиницы и вместимости номерного фонда, категории гостиницы, клиентов и т.д. Если в небольшой гостинице за регистрационной стойкой достаточно одного сотрудника, выполняющего все операции по приему и регистрации гостя, то в крупном отеле одновременно за стойкой могут работать несколько человек, выполняющих строго определенную функцию. Усредненная норма количества сотрудников службы приема составляет 1 сотрудник на 50 номеров [24]. В «Дон-Плаза» это требование соответствует стандартам.

Если рассматривать отель «Дон-Плаза», то необходимо отметить, что получить гарантированную бронь можно и без прямого участия менеджера или консультанта, так как на официальном сайте отеля есть не только прайс-лист предлагаемых услуг, но так же и программа регистрации клиентов и обслуживания. Кроме того, если возникают сложности с онлайн-бронированием, всегда можно воспользоваться помощью онлайн-консультанта, который подскажет все необходимые действия и возможные варианты размещения.

Таким образом, оставив официальную заявку и получив подтверждение брони, клиенту предоставляется право выбора оплаты за предоставляемые услуги:

безналичный расчет, предполагает выплату, либо только за первые сутки, а всю последующую сумму можно будет внести после заселения, либо получить выгоду от полной выплаты в виде дополнительных услуг;

наличный расчет, предполагает, что предоплаты не поступит, но так же и не будет выгодных предложений.

В то же время, всю эту информацию и все необходимые операции можно провести и по телефону, так как клиенты не всегда могут пользоваться услугами Интернет, то телефонная связь с консультантами и менеджерами так же имеет большое значение.

Зарегистрировав бронь и получив всю необходимую информацию, как в онлайн, так и в телефонном режиме отель предоставляет право клиенту узнать информацию о гостях — будущих соседях клиента, а так же информацию о возможных, дополнительные услугах и затратах, которые могут быть во время проживания в отеле.

Следующий этап развития отношений клиента и отеля будет заключаться в обслуживании.

Контактная группа, которая включает менеджеров на «ресепшен», курьеров, портье и прочих работников, которые способствует работе с клиентом и удовлетворению их потребностей.

Служба приема гостей располагается не далеко от входа и встречает всех посетителей радушными улыбками, участием и попытками оказаться как можно более полезными. На чистой стойке можно заполнить все необходимые документы, так же при большом наплыве клиентов предусмотрены удобные места с мягкими креслами и стеклянными столиками, за которыми так же удобно заполнять бумаги. Опрятные и внимательные к каждому клиенту работники окажут помощь, в случае надобности и обеспечат все необходимое, для комфортного пребывания гостей в отеле.

Важно отметить, что в отеле нет обслуживающего персонала, старше 35 лет, что обеспечивает довольно быстрое обслуживание и предоставление довольно качественных услуг — так как возрастные категории клиентов могут разниться и уровень их осведомленности в инновациях так же может быть разным, то персонал готов оказывать помощь или консультировать по любым вопросам.

Кроме того, упадок в уровне дохода населения, вызванный кризисом и прочими проблемами так же составляют довольно большой урон гостиничному бизнесу. В результате гостиницы переходят на оказание дополнительных услуг. Так, в «Дон-Плаза» часто сдается ресторан под свадьбы, банкеты и прочие мероприятия, кроме того проводятся научные конференции, презентации каких-либо товаров и услуг и представления различно рода артистов. Все эти решения служат поддержанию денежного оборота от предоставляемых услуг, но и они не совершенны, а потому нужны новые выходы на сотрудничество с населением.

Таким образом, оказание услуг и качество обслуживания клиентов, поступающих в отель на размещение имеет довольно высокие показатели и подтверждает статус 4\* отеля. Однако, кроме всего вышеперечисленного, необходимо отметить, что к персоналу так же предъявляются определенные требования, главным из которых является исполнение непосредственных функций персонала.

Главная функция гостиничного предприятия — предоставление временного жилья. Практически все современные заведения размещения приобщают к сфере своей деятельности предоставление услуг питания туристов (частично или полный пансион). Учитывая мощное развитие процессов общественной глобализации, интернационализации и диверсификации туристической деятельности, современные отели зачастую предлагают услуги, которые условно можно считать дополнительными: трансферы, организация развлекательных мероприятий, бытовое обслуживание, лечебно-оздоровительные процедуры и т.д.

Организация обслуживания в гостиничном предприятии направляется на максимальное удовлетворение потребностей клиентов и должна быть четко структурированной. Организационная структура гостиничного предприятия определяется назначением гостиницы, месторасположением, спецификой клиентуры и другими факторами. Она является отражением полномочий и обязанностей каждого из сотрудников.

**Административно**—**управленческая служба** отвечает за организацию управления всеми службами гостиничного комплекса, решает финансовые вопросы, вопросы кадрового обеспечения, занимается созданием соответствующих условий труда для персонала гостиницы, контролирует соблюдение соответствующих норм и правил по охране труда, противопожарной и экологической безопасности.

Чаще всего в состав этой службы входят: секретарь, финансовая служба, кадровая служба, эколог, инспекторы по противопожарной безопасности и техники безопасности.

**Служба управления номерным фондом** (или отдел обслуживания) занимается решением вопросов, связанных с бронированием номеров соответствующей категории, приемом туристов, прибывающих в гостиницу, их регистрацией, размещением в комнатах-номерах. На эту службу возлагается обеспечение обслуживания туристов в номерах, поддержание надлежащего санитарно-гигиенического состояния комнат и уровня комфорта в жилых помещениях. Учитывая высокую степень диверсификации современных услуг гостеприимства, зачастую такая служба занимается оказанием бытовых услуг гостям, организацией их отправки к транспортному центру дальнейшего путешествия или к следующему пункту тура.

Обычно в состав этой службы входят:

служба приема и размещения;

служба горничных;

швейцары;

служба портье;

служба консьержа;

служба посыльных;

инспектор по уборке комнат;

служба безопасности.

Чем больше по размерам отель, тем более разветвленную структуру он имеет, поскольку увеличивается количество промежуточных звеньев, на которые возлагается функция выполнения тех или иных задач в работе подразделений.

Важно отметить, что в связи с тем, что «Дон-Плаза» входит в число гостиниц со структурой крупных гостиничных комплексов, в ней планируется переход службы бронирования и обслуживания в самостоятельные структурные подразделения.

Не существует единой и идеальной модели управления гостиницей. Но все решения обусловлены необходимостью удовлетворять потребности клиентов и опираются на общие закономерности и элементы. В современных условиях система управления для того, чтобы быть конкурентоспособной, должна быть простой и гибкой, а также соответствовать следующим характеристикам:

иметь небольшое количество уровней управления;

должны быть небольшие подразделения, укомплектованные квалифицированными специалистами;

производить услуги и организовывать работы, ориентированные на потребителей (гостей предприятия)

Подводя итог, необходимо отметить, что, именно в результате исполнения всех функциональных обязанностей, персоналом, достигается значительные приток посетителей, возникает возможность дополнительного заработка и поддержания уровня гостиницы в городе. Кроме того, именно от того, что у руководства гостиницы есть идеи по дальнейшему развитию и захвату новых рынков, можно отметить, что система службы приема и размещения будет заниматься дополнительными обязанностями, что требует от сотрудников высокого уровня подготовки.  
 **2.3 Требования к сотрудникам службы приема и размещения**

Персонал — это крайне важный фактор в деле предоставления услуг и развития клиентской базы. И для того что бы признать уровень гостиница на примере классификации международных стандартов, то можно подчеркнуть, что требования к персоналу должны быть довольно жесткие.

В то же время, без конкретизации требований и расписания должностных обязанностей для каждого сотрудника, не возможно поддержание высокого уровня самого отеля. И важно подчеркнуть, что именно по это в рассматриваемом отеле «Дон-Плаза» довольно высокий уровень текучести кадров, так как далеко не все могут соответствовать высоким требованиям к работникам.

Требования, предъявляемые к обслуживающему персоналу гостиниц, можно условно разделить на несколько групп. Главным является квалификация всего обслуживающего персонала гостиницы.

Весь обслуживающий персонал и руководители должны пройти профессиональную подготовку. Степень подготовки должна соответствовать предоставляемым ими услугам.

Регулярно, но не реже одного раза в пять лет, проводится переаттестация производственного, обслуживающего, административно-управленческого и технического персонала для подтверждения или повышения квалификационного разряда.

Не реже чем через три года должна проводиться профессиональная переподготовка работников гостиничного предприятия на курсах повышения квалификации по специальной программе.

Персонал принимается на конкурсной основе по результатам квалификационных испытаний и тестирований.

Особое внимание в настоящее время отводится требованиям к знанию иностранного языка. Для гостиниц категории «4 звезды» всему персоналу, имеющему контакты с проживающими, необходимо знание на высоком качестве минимум двух языков международного (обычно первым является английский) общения или других языков, наиболее употребляемых клиентами гостиницы в этом регионе. Уровень сервисного обслуживания в гостиницах во многом зависит от персонала, к поведению которого предъявляются все более повышенные требования.

Персонал всех категорий гостиниц должен уметь создавать на предприятии атмосферу гостеприимства, быть готовым доброжелательно выполнить просьбу проживающего и проявлять терпение и сдержанность. Работники, обслуживающие гостей, должны быть вежливыми, внимательными и предупредительными в отношениях с посетителями и понимать их с полуслова. Кроме того, уровень образования кадров гостиницы должен быть соответствующим. По последним требованиям к набору работников сферы услуг, необходимо проводить отбор сотрудников на должности в соответствие с их образованием, а в связи с тем, что в Ростове-на-Дону действуют Институт Сервиса и Туризма, а так же ряд среднеспециальных учебных заведений и в ряде ВУЗов есть кафедры и отделения гостиничного бизнеса, то необходимо отметить, что руководство «Дон-Плаза» тесно взаимодействует с данными учебными заведениями, принимает студентов на практику, а так же принимает на работу выпускников — высококвалифицированных специалистов. То же самое можно отнести и к специалистам всех других служб гостиницы.

Персонал должен быть хорошо осведомленным относительно гостиницы и ее окрестностей.

В случае возникновения конфликтной ситуации работник должен пригласить дежурного администратора или директора предприятия.

Работники не должны заниматься посторонними делами на рабочем месте.

При прибытии гостя персонал службы должен:

приветствовать гостя;

обращаться к гостю по имени (должен узнать имя в службе приема или на этикетке на багаже гостя);

объяснить расположение ресторанов, средств отдыха и т.д.;

проводить в номер;

помочь развесить одежду гостя в шкафу;

разместить багаж: чемоданы должны быть помещены в стойку багажа, а не на кровати или на полу;

объяснить действие освещения, телевидения и кондиционера;

указать запасные выходы;

предложить открыть или закрыть шторы;

объяснить любые необычные особенности в номере;

проверить запасы туалетно-косметических средств в ванной комнате;

предложить дополнительные услуги.

Хорошо налаженное взаимодействие между всеми службами гостиницы поможет создать первое благоприятное мнение об отеле.

Особые требования предъявляются к здоровью обслуживающего персонала, который должен соответствовать медицинским требованиям.

Персонал всех категорий гостиниц должен проходить периодическое медицинское освидетельствование для получения соответствующего сертификата.

Персонал всех категорий гостиниц, вступающий в контакт с проживающими, должен носить форменную одежду, в ряде случаев включающую личный значок с указанием имени и фамилии. Форма должна быть всегда чистой и в хорошем состоянии.

Подобающий облик сотрудников создает у гостей положительное впечатление. Очень важно, чтобы все служащие ежедневно хорошо выглядели. Работники обслуживающего персонала должны быть внешне аккуратными, бодрыми и иметь подтянутый вид. Нижеследующие предписания являются обязательными для каждого сотрудника. Неуместно для персонала, работающего в тесном контакте с гостем, использование духов, туалетной воды, так как эти запахи не всякому гостю могут доставить приятное удовольствие. Нельзя забывать и о том, что многие люди подвержены аллергическим реакциям на непривычные запахи.

Прическа персонала составляет неотъемлемую часть его внешнего вида. У мужчин волосы должны быть аккуратно подстрижены и не касаться воротника сорочки, ношение бороды не разрешается. Усы допускаются, если они аккуратно подстрижены и заканчиваются на уровне уголков рта. Они не должны закрывать губ. Бакенбарды не должны опускаться ниже мочки уха, должны быть всегда аккуратно подстрижены.

На женщин распространяются те же требования: волосы должны быть опрятны и аккуратно причесаны. Ношение платков и вычурных причесок не допускается.

Разрешаются только простые цепочки и бусы, которые не должны быть видны, если вы в униформе. Женщинам разрешено носить серьги, но только маленькие и не бросающиеся в глаза: они не должны быть висячие, длина не должна превышать 1 см. Мужчинам ношение серег в рабочее время запрещается.

Особое внимание обращается на ногти и руки обслуживающего персонала, которые всегда должны быть чистыми и тщательно обработанными. Лак разрешается только бесцветный или нейтральных тонов. Маникюр должен быть всегда тщательно нанесен, не разрешается ходить с облупившимся лаком.

Именной знак — это часть униформы, должен быть всегда. Именной знак носится с левой стороны, на 5-7,5 см ниже ключицы. Табличка с указанием иностранного языка, на котором можно обращаться к ее обладателю, крепится над именным знаком.

Обувь должна быть закрытой. Ношение сандалий, эспадрилий, плетенок, мокасин или кроссовок запрещается. Для служащих, проводящих много времени на ногах, рекомендуются туфли на низком каблуке. Длина брюк и юбок соответствует уровню отеля и вкусу самого работника. Брюки должны быть полной длины, длина юбки не должна быть выше середины колена.

Служащим, которым ношение униформы не обязательно, полагается одеваться скромно.

Мужчинам рекомендуется носить костюм или же пиджак с брюками сдержанных тонов или в тонкую полоску. Спортивные жакеты не разрешены. На территории гостиницы пиджаки полагается носить застегнутыми. Сорочки — либо белые, либо светлого тона, либо в легкую полоску и всегда застегнутые на все пуговицы. Галстук обязателен. Белые носки не разрешены.

Женщинам рекомендуется носить костюм с юбкой или платье с пиджаком, платье с подходящим жакетом, или просто строгое платье [25].

Таким образом, если брать за основу персонал гостиницы «Дон-Плаза», то будучи отелем 4\*, но при этом стремясь получить 5\*, руководство требует от персонала соответствия всем этим качествам. И нужно отметить, что в рамках города Ростова-на-Дону далеко не всегда удается найти подобающий персонал, так как люди не только не соответствуют как по образованию, так и по навыкам, требованиям гостиницы, так и просто не жалеют им следовать. И в этом заключается проблема не только изучаемого отеля, но так же и других мест отдыха — качество обслуживания страдает не от уровня отеля, а в результате обучения неквалифицированного персонала, которое неизбежно в современных условиях. **3. Рекомендации по повышению квалификации сотрудников службы приема и размещения в целях совершенствования качества обслуживания в гостинице «Дон Плаза»**  
**3.1 Проведение тренинга по совершенствованию навыков телефонных переговоров**

**[Смотрите также:   Дипломная работа по теме "Профессиональная мобильность как фактор формирования индивидуальных траекторий современный молодежи"](https://sprosi.xyz/works/diplomnaya-rabota-po-teme-professionalnaya-mobilnost-kak-faktor-formirovaniya-individualnyh-traektorij-sovremennyj-molodezhi/" \t "_blank)**

Для совершенствования повышения квалификации персонала службы приема и размещения гостиницы «Дон-Плаза» необходимо провести тренинги. Рекомендуется их проводить бизнес-тренером из тренингового центра «Технологии консалтинга» г. Ростов-на-Дону. Срок обучения — 3 дня. Стоимость тренинга 20 тыс. руб.

Ожидаемый результат — повышение квалификации персонала в части технологии переговоров по телефону, повышение качества обслуживания.

Тренинг (периодическое повышение квалификации) — это попытка улучшить качество выполнения работниками своих функций.

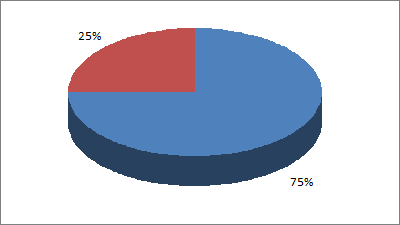


Рисунок 2 — Структура персонала службы приема и размещения гостиницы «Дон-Плаза» по наличию профильного образования.

Как показано на рисунке 2 — всего лишь 25% работников службы приема и размещения имеют профильное образование, другие же 75% не имеют такового, что означает, что опыта и знаний у них не достаточно и таким работникам требуется обучение.

Телефонные разговоры играют важную роль в деятельности работников гостиниц. Персонал гостиницы, контактирующий с клиентами, должен общаясь по телефону, соблюдать правила ведения телефонных разговоров.

Методика проведения тренинга в гостинице «Дон-Плаза»:

Тренинг проводится в режиме интенсивного взаимодействия ведущего и участников. Используются наиболее эффективные инструменты обучения персонала гостиницы:

работа в малых группах;

видеосъемка и обсуждение ролевых игр, моделирующих рабочие ситуации;

анализ аудиозаписей телефонных переговоров, проведенных в ходе предварительного аудита;

наглядные материалы;

слайды;

практические задания.

телефонный этикет и особенности телефонного общения. Разбор типичных ситуаций: звонок клиента для предварительного сбора информации, бронирование номера, снятие брони;

технологии контактов: формы приветствия и представления, постановка вопросов с целью выявления наиболее подходящего варианта размещения и техники активного слушания;

алгоритмы привлечения внимания гостей отеля.

Множество персонала службы приема и размещения делают ошибки в общении с потенциальными клиентами по телефону, что приводит к жалобам и снижению эффективностью продаж. Для того чтобы улучшить качество обслуживания, во время проведения тренинга обсуждаются такие важные вопросы как телефонный этикет и его особенности. Есть определенные нормы телефонного этикета, которым обязаны следовать гостиницы заботящиеся о своем имидже и гостях:

необходимо следить за своим голосом — голос передает вашему собеседнику информацию о том, что вы за человек. Вашим голосом вы не только влияете на восприятие, но зачастую и создаете настроение собеседника. При общении по телефону улыбайтесь, будьте полны энергии и энтузиазма. Улыбка и положительное отношение слышатся в интонации;

приветствуйтезвонящего**—**если вы снимаете телефонную трубку, отвечая на внешний звонок, то, сняв трубку, сразу же поздоровайтесь с позвонившим человеком. Приветствие, конечно же, меняется в зависимости от времени дня, это может быть «Доброе утро (добрый день или добрый вечер)»;

на входные звонки необходимо отвечать после 2-го, максимум после 3-го звонка. Если снять телефонную трубку после 1-го звонка, то у позвонившего человека возникает впечатление, что нам нечего делать, и работник скучал в ожидании, когда же, наконец, ему кто-нибудь позвонит. Если дать возможность телефону звонить 4, 5 и более раз, то, во-первых, звонящий начнет нервничать (доказано, что люди в ожидании ответа по телефону очень быстро теряют терпение), а во-вторых, у него формируется вполне «определенное» мнение о нашей заинтересованности в нем и в клиентах вообще. Впоследствии он уже не поверит убеждениям в нашей способности оперативно реагировать на его потребности и проблемы;

совершенно недопустимо есть во время разговора с клиентом;

нельзя разговаривать с коллегами во время разговора с клиентом по телефону;

если вы не можете разговаривать в тот момент как вам позвонил клиент, необходимо ответить на звонок, извиниться, и сообщить через какое время вы сможете ему перезвонить.

В результате, обучение и развитие персонала гостиницы «Дон-Плаза» производится с максимальной эффективностью. Обучение проходит в гостинице, что позволяет создать атмосферу, приближенную к рабочим ситуациям.

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что перспектив для дальнейшего развития у «**Дон-Плаза»**, множество. И какой из предложенных или собственно самостоятельно созданных путей выберет эта организация будет зависеть только от ее руководства. Но хочется так же отметить, что готовя этот материал, только однажды был обнаружен негативный отзыв о работе этой гостиницы, все остальные клиенты оставляли положительные отзывы, следовательно, руководство «**Дон-Плаза»**адекватно реагирует на критику и оперативно решает проблемные и конфликтные вопросы.  
**3.2 Повышение квалификации сотрудников службы приема и размещения в части знания иностранного языка**

Среди клиентов гостиницы «Дон-Плаза» большую долю составляют иностранные туристы. Поэтому для сотрудников службы приема и размещения для качественного обслуживания большое значение имеет знание иностранных языков, и поэтому работникам необходимо повышать квалификацию.

Квалификация работника — степень профессиональной обученности, выражающаяся уровнем подготовки, опыта, знаний и навыков, необходимых для выполнения конкретного вида работы. Квалификация работника устанавливается в виде разряда или категории.

На рисунке 3 мы видим, что с каждым годом посещение иностранных гостей в гостинице «Дон-Плаза» увеличивается, и в связи с этим требуются все больше работников службы приема и размещения которые знают иностранные языки.

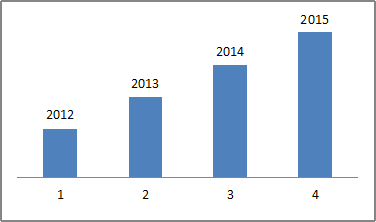


Рисунок 3 — График посещения иностранных гостей гостиницей «Дон-Плаза»

На рисунке 4 мы видим — что синим отмечено 50% работников службы приема и размещения которые знают английский язык, зеленым — что 10% — работников знают немецкий, красным отмечено что 10% работников знают французский, оставшиеся же 30% работников не владеют иностранными языками.

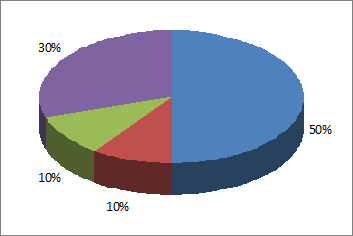


Рисунок 4 — Доля сотрудников службы приема и размещения гостиницы «Дон-Плаза», владеющих иностранными языками

Для гостиницы «Дон-Плаза» необходимо знание в достаточном объеме минимум двух языков международного общения на высоком уровне.

Для улучшение качества работы сотрудников службы приема и размещения отправляют на курсы в языковые школы. На таких курсах работники изучают английский, немецкий и французские языки.

Затраты на группу сотрудников из 10 человек составляют 50 тыс. рублей. Время обучение 2 месяца с отрывом от производства.

Ожидаемый результат — повышение квалификации персонала в части знаний иностранного языка.

Если в гостинице обслуживающий персонал свободно общается на языке клиента, это, безусловно, повышает авторитет гостиницы и делает пребывание гостя в ней более комфортным.

Иностранные языки необходимы всей службе приема и размещения, но в особенности это важно сотрудникам «ресепшн», и отделу бронирования, так как служба «ресепшн» общается непосредственно с гостями, а отдел бронирования отвечает на звонки, куда тоже могут позвонить иностранные гости.

Программа обучения ориентирована на формирование профессиональных коммуникативных компетенций по темам:

коммуникация с гостями в отеле (Reception, Hotel services, Room service);

разрешение проблемных ситуаций (Conflict resolution, Problem solving);

коммуникация в баре и ресторане (Food and Beverage, Restaurant);

все о городе (Excursions, Transport, Places);

срочная помощь в экстренных ситуациях (Emergency);

сообщение справочной информации (Directions, Information about Hotel);

общение по телефону (Booking, Information, Help);

вежливые формы приветствия, вежливые формы вопросов и ответов при разговоре с гостем по телефону (Taking phone calls);

вежливые формы отказов (Giving polite explanations);

виды и формы жалоб гостя (Dealing with complaints);

оплата счета гостей, формы оплаты счета, исправление неточностей в счете, решение спорных вопросов, названия валют (Paying bills).

Обучение иностранным языкам происходит в группах и мини-группах.

В течение всего учебного процесса осуществляется контроль за соблюдением тематики и сроков выполнения утвержденной рабочей программы.

В конце каждого занятия слушатели заполняют таблицу, где отмечают, что нового они узнали на занятии.

После каждого модуля проводится контрольный срез знаний слушателей, который анализируется преподавателем.

В период обучения проводится входное тестирование, тест на прогресс и выходное тестирование. Слушателям и работодателю выдается анализ результатов тестирования и демонстрация прогресса в овладении языковыми навыками каждого обучающегося.

Процесс обучения — непрерывный процесс, и он должен стать частью работы гостиницы. Обучение должно затрагивать не только вновь пришедших работников, но и должно распространяться на старый персонал для повышения его квалификации.

Таким образом, хочется отметить, что знание иностранных языков очень важно, иностранные гости хотят приезжать в гостиницу и чувствовать себя как дома. В этом могут помочь работники гостиницы, общаясь с которыми, гость будет чувствовать себя комфортно.

А так же можно заключить, что развитие квалификации персонала, с одной стороны — это проблема самой организации, но с другой это так же можно отнести и к проблемам самого государства, так как для развития квалификации представителей гостиничного бизнеса довольно мало мест и программ, их повышения, что должно быть организовано как учебными заведениями, так и государственными органами, отвечающими за отдых и туризм, а так же качественное обслуживание населения.

Из года в год требования меняются, особенности решения задач тоже, находятся новые пути, подходы совершенствуются. Чтобы ориентироваться в этом, нужно постоянно учиться. Лишь только тот профессионал будет востребован, кто владеет актуальными знаниями. Человек должен не просто выполнять свои задачи правильно, он должен пополнять базу знаний.

Высококвалифицированные работники, владеющие мировыми языками всегда были и будут цениться. Сегодня не достаточно быть специалистом только в одной сфере, так как общество безжалостно требует от человека дальнейшего развития и усовершенствования.

Для того чтобы повышать уровень квалификации, специализированные учебные заведения постоянно разрабатывают программы, согласно которым и обучают пришедших к ним желающих. Эти заведения дают возможность слушателям улучшить свои перспективы и дают все для повышения по карьерной лестнице, они дают организациям все то, что требуют современные условия бизнеса, они дают навыки и делают людей более компетентными и в широких, и в узких вопросах.

Предложенные рекомендации по повышению уровня знания иностранных языков для сотрудников службы приема и размещения гостиницы «Дон-Плаза» направлены на повышение качества обслуживания иностранных клиентов. **Заключение**

Подводя итог проделанной работе, необходимо отметить, следующее:

на протяжении всего процесса исторического развития гостиничный бизнес шел к современной дифференциации по уровню услуг. Пятизвездочная система предполагает, что чем больше у гостиницы звезд, тем лучше будет обслуживание, тем больший перечень услуг потребителю предоставит фирма, тем качественней будут эти услуги и соответственно наиболее приемлемей будут сами номера и все что к ним прилагается. Выбор качества и цены должен зависеть от их прямой зависимости, а не в пользу самого дешевого, но это задача не столько гостиничного бизнеса, сколько самого государства;

место службы приема и размещения в гостинице, безусловно огромно, именно от него будет зависеть судьба самой организации. Но в связи с тем, что в России нет четких правил определяющих требования и необходимость применения тех или иных международных стандартов, то гостиничный бизнес в России далеко не всегда соответствует как показателям качества, так и заявленным ценам. А потому, необходимо развитие, как нормативной основы, так и системы контроля за исполнением требований к гостиничному сервису. Кроме того, далеко не все гостиницы предоставляют качественные услуги еще и потому, что сам персонал далеко не всегда обладает нужными навыками в работе и необходимыми знаниями, что так же должно быть отрегулировано;

развитие квалификации персонала, с одной стороны — это проблема самой организации, но с другой это так же можно отнести и к проблемам самого государства, так как для развития квалификации представителей гостиничного бизнеса довольно мало мест и программ, их повышения, что должно быть организовано как учебными заведениями, так и государственными органами, отвечающими за отдых и туризм, а так же качественное обслуживание населения. Кроме того, современное общество стоит на пороге колоссальных перемен, когда основным товаров и основой производства будет именно услуга. Уже сегодня существует ряд государств, которые переходят на инновационные технологии, отказываются от привычного производства и занимают свою экономику сферой услуг. Результатом такого развития оказывается и то, что общество снова делится на развитых, развивающихся и догоняющих, а это в век глобализации может пагубно сказаться на общих принципах развития экономики во всем мире, а следовательно, грозит нам новым мировым экономическим кризисом. И если Россия вовремя не перейдет на данную систему, то окажется, что в рамках нашего государства сильно отстает гостиничный бизнес и его могут заменить зарубежные аналоги. Но есть ряд гостиниц, которые не просто соответствуют международным требованиям, они стремятся своим примером показать всю важность и необходимость развития данной отрасли. И в данной работе, необходимо выяснить, относится ли к таким гостиницам отель «Дон-Плаза»:

упадок в уровне дохода населения, вызванный кризисом и прочими проблемами так же составляют довольно большой урон гостиничному бизнесу. В результате гостиницы переходят на оказание дополнительных услуг. Так, в «Дон-Плаза» часто сдается ресторан под свадьбы, банкеты и прочие мероприятия, кроме того проводятся научные конференции, презентации каких-либо товаров и услуг и представления различно рода артистов. Все эти решения служат поддержанию денежного оборота от предоставляемых услуг, но и они не совершенны, а потому нужны новые выходы на сотрудничество с населением. Необходимо отметить, что несмотря на международное напряжение и экономический спад услуги по оказанию услуг гостиничного направления в нашей стране все так же существуют, а услуги **отеля «Дон-Плаза»**, все так же пользуются спросом, даже несмотря на то, что ряд внешних факторов сильно повлияли на динамику прироста качества и продукции предоставляемой клиентам. Так же необходимо понимать, что из-за некачественных, но дорогостоящих услуг наш отечественный поставщик теряет клиентов. Такая тенденция намечена в гостиничном бизнесе вообще, а потому важно выяснить роль и место в системе обслуживания населения в отеле «**Дон-Плаза»**;

в отеле нет обслуживающего персонала, старше 35 лет, что обеспечивает довольно быстрое обслуживание и предоставление довольно качественных услуг — так как возрастные категории клиентов могут разниться и уровень их осведомленности в инновациях так же может быть разным, то персонал готов оказывать помощь или консультировать по любым вопросам. Таким образом, оказание услуг и качество обслуживания клиентов, поступающих в отель на размещение имеет довольно высокие показатели и подтверждает статус 4\* отеля;

если брать за основу персонал гостиницы «Дон-Плаза», то будучи отелем 4\*, но при этом стремясь получить 5\*, руководство требует от персонала соответствия всем этим качествам. И нужно отметить, что в рамках города Ростова-на-Дону далеко не всегда удается найти подобающий персонал, так как люди не только не соответствуют как по образованию, так и по навыкам, требованиям гостиницы, так и просто не жалеют им следовать. И в этом заключается проблема не только изучаемого отеля, но так же и других мест отдыха — качество обслуживания страдает не от уровня отеля, а в результате обучения неквалифицированного персонала, которое неизбежно в современных условиях. Возможно, государству и учебным заведениям следует задуматься о необходимости развития сферы образования в области отдыха в гостиницах, а самим гостиницам разработать комплекс мероприятий по улучшению квалификации сотрудников и обеспечению высокого качества обслуживания гостей;

перспектив для дальнейшего развития у «**Дон-Плаза»**, множество. И какой из предложенных или собственно самостоятельно созданных путей выберет эта организация будет зависеть только от ее руководства. Но хочется так же отметить, что, готовя этот материал, только однажды был обнаружен негативный отзыв о работе этой гостиницы, все остальные клиенты оставляли положительные отзывы, следовательно, руководство «**Дон-Плаза»**адекватно реагирует на критику и оперативно решает проблемные и конфликтные вопросы;

оптимизируя гостиничный бизнес, расширяя свои интересы и сферы деятельности, вкладываясь в персонал и новых работников, компания становится не только современной, но так же и вкладывает капитал, в первую очередь, в свое будущее. Так как в основе этих нововведений лежит цель — оптимизации торговли и туристического бизнеса, в рамках компании «**Дон-Плаза».**

Для повышения квалификации персонала сотрудников службы приема и размещения гостиницы «Дон-Плаза» в целях повышения качества гостиничного обслуживания рекомендовано провести тренинг по совершенствованию телефонных переговоров, а так же, повысить уровень знания иностранных языков на языковых курсах. Данные рекомендации позволят повысить качество обслуживания в гостинице «Дон-Плаза». **Список использованных источников**

1.      Агарков, А.П. Управление качеством [Текст]: учебное пособие/ А. П Агарков. — 2-е изд. — М.: 2010. — 120 с.

2.      Александрова, А.Ю. Международный гостиничный бизнес [Текст]: учебное пособие / А.Ю. Александрова. — М.: Аспект Пресс, 2010. — 200 с.

.        Вихляева, И.В. Состояние и перспективы гостиничного бизнеса в России [Текст] / И.В. Вихляева // Экономические науки. — 2010. — №73. — С.13.

.        Войтенко, А.Н. Теоретические аспекты сущности рынка услуг [Текст] / А.Н. Войтенко. // БизнесИнформ. 2014. №8. — С.17-22.

.        Дышлевский, А.С. Исследования особенностей развития гостиничных услуг [Текст] / А.С. Дышлевский, // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2011. — №2. — С.15.

.        Ефименко, Н.Ф. Инвестиционная деятельность в сфере гостиничного бизнеса [Текст] / Н.Ф. Ефименко, // Вестник Кокшетаускского государственного университета им.Ш. Уалиханова. — 2014. — №5. — С.10.

.        Захарова, Р.М. Логистика организации гостиничного бизнеса [Текст] / Р.М. Захарова // Современные исследования социальных проблем. — 2012. — №12. — С.60.

.        Зимин, Н.Е. Анализ и диагностика финансового состояния предприятий [Текст] / Н. Е Зимин. — 2-е изд. доп и перераб. — М.: Юристь, 2014. — 30 с.

.        Зорин, И.В. Гостиничный бизнес как вид деятельности/ И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов. — 2-е изд. — М.: «Финансы и статистика», 2011. — 46 с.

**10.    Коновалова Д.И.**Международная торговля услугами: основные тенденции и проблемы развития [Текст] / Д.И. Коновалова. — М.: МГИМО — Университет, 2011. — 156 с.

.        Корнеев, Н.В. Технология гостиничного сервиса [Текст]: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / Н.В. Корнеев, 2011. — 272 с.

.        Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии [Текст] / К. Лавлок. — 5-е издание. — М.: Вильямс, 2011. — 108 с.

.        Ларионова, А.А. Основные факторы финансовых рисков гостиничного бизнеса [Текст] / А.А. Ларионова // Сервис в России и за рубежом. — 2013. — №6. — C.35.

.        Ляпина, И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: учебник для проф. образования [Текст] / И.Ю. Ляпина. — 2-е, изд. Стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2006. — 210 с.

.        Михайлов, С.А. Модернизация управления качеством гостиничных услуг как инструмент устойчивого развития гостиничного комплекса [Текст] / С.А. Михайлов // Экономика. — 2012. — №1. — C.64.

.        Мачалкин, С.Е. Гостиничный бизнес как объект предпринимательской деятельности [Текст] / С.Е. Мачалкин // Социально-экономические процессы. — 2012. — №3. — C.56.

.        Окрепилов, В.В. Управление качеством [Текст] / В.В. Окрепилов. — М.: Экономика, 2010, — 288 с.

.        Сужаева, Ю.И. Система управления качеством в гостиничном бизнесе и ее значение для производителей и потребителей услуг [Текст] / Ю.И. Сужаева // Экономика и право. — 2014. — №11-12. — C.76-80

.        Суховская, Д.Н. Креативное пространство как новая форма Социальности [Текст] / Д.Н. Суховская // Управление мегаполисом. — 2013. — №6. — C.98 — 111.

.        Щетинина К.И. Инновации в гостиничном бизнесе: международный и российский опыт [Текст] / К.И. Щетинина // Экономика. — 2013. — №4. — C.257-262.

.        Эванесова, Г.А. Туризм, гостеприимство, сервис [Текст] / Г.А. Эванесова. — Ростов-на-Дону.: Феникс, 2015. — 222 с.

.        Информативный портал [Электронный ресурс**] —**Режим доступа: http://www.studfiles.ru свободный**.**

24.    Официальный сайт ООО «Пирс» портал [Электронный ресурс] — Режим доступа: www.don-plaza.ru, свободный.

25.    Информационный портал [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://turgostinica.ru, свободный.  <http://studopedia.ru/2\_43472\_sluzhba->

.        Информативный портал [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.vfmgiutourism.ru, свободный.

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)  [Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)  [Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**КНИЖНЫЙ МАГАЗИН**](http://учебники.информ2000.рф/chitai.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**ТОВАРЫ для ХУДОЖНИКОВ и ДИЗАЙНЕРОВ**](http://учебники.информ2000.рф/kar.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**АУДИОЛЕКЦИИ**](http://учебники.информ2000.рф/lectr.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**IT-специалисты: ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ**](http://учебники.информ2000.рф/otu.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**ФИТНЕС на ДОМУ**](http://учебники.информ2000.рф/fit1.shtml) |  |