МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА**

Работу выполнила:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.М. Терентьева

(подпись)

Направление подготовки: 43.03.03 «Гостиничное дело», 3 курс ОФО

Направленность (профиль): Санаторно-курортная деятельность

Научный руководитель

канд. экон. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.В. Горецкий

(подпись, дата)

Нормоконтролер

канд. экон. наук, доцент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.В. Горецкий

(подпись, дата)

Краснодар

2021

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| Введение……………………………………………………………………… | 3 |
| 1 Теоретические аспекты деятельности гостиничного предприятия…….. | 5 |
| 1.1 Понятие и виды гостиничных предприятий………………………….. | 5 |
| 1.2 Основные и дополнительные услуги, оказываемые гостиничными  предприятиями…………………………………………………………. | 9 |
| 1.3 Показатели качества гостиничных услуг…………………………….. | 12 |
| 2 Изучение эффективности деятельности отеля «Mercure Rosa Khutor»… | 16 |
| 2.1 Общая характеристика и структура управления отелем «Mercure  Rosa Khutor»……………………………………………………………. | 16 |
| 2.2 Анализ качества услуг и эффективности деятельности отеля  «Mercure Rosa Khutor»………………………………………………….. | 21 |
| 3 Рекомендации по совершенствованию эффективности деятельности отеля «Mercure Rosa Khutor»………………………………………………..  Заключение………………………………………………………………….. | 25  29 |
| Список использованных источников……………………………………… | 31 |
| Приложения………………………………………………………………… | 33 |
|  |  |

**ВВЕДЕНИЕ**

Деятельность предприятий гостиничной индустрии – сфера с достаточно высоким уровнем конкуренции. Современные гостиницы предлагают потребителям услуги питания и проживания, спортивные услуги, услуги связи и транспорта, медицинские услуги, развлечения, а также услуги салонов красоты и многое другое. Следовательно, основная задача гостиничного предприятия – наиболее полно удовлетворить пожелания гостя, а это возможно путем предоставления качественного сервиса. Чем выше качество обслуживания гостей, тем выше имидж гостиницы, тем привлекательнее она для клиентов, следовательно, тем выше ее рентабельность.

Актуальность темы курсовой работы обусловлена тем, что постоянное совершенствование качества обслуживания в гостиничных предприятиях будет способствовать не только росту спроса на его услуги, но и формированию постоянной клиентской базы гостиницы. Стремительное развитие международного, внутреннего и делового туризма во всем мире предъявляет повышенные требования к качеству гостиничного сервиса, что напрямую зависит от управленческих решений.

В ходе написания данной работы были использованы труды авторов, занимающихся исследованиями проблем развития рынка гостиничных услуг, к ним относятся: В.А. Балабан, М.А. Ехина, Е.И. Мазилкина, В.В. Провоторина, Т.Л. Тимохина и др. При изучении непосредственно вопроса качества гостиничных услуг использовалась научная литература следующих авторов: Н.И. Кабушкин, Л.Л. Руденко, В.Г. Федцов, Ю.О. Шамшина.

Цель работы: исследование деятельности гостиничного комплекса с целью формирования конкретных предложений по совершенствованию его функционирования.

Задачи работы:

– изучить понятие и виды гостиничных предприятий;

– рассмотреть основные и дополнительные услуги, оказываемые гостиничными предприятиями;

– выявить показатели качества гостиничных услуг;

– рассмотреть общую характеристику и структуру управления отелем «Mercure Rosa Khutor»;

– провести анализ качества услуг и эффективности деятельности отеля «Mercure Rosa Khutor»;

– разработать рекомендации по совершенствованию эффективности деятельности отеля «Mercure Rosa Khutor».

Объектом исследования являются услуги, предоставляемые гостиничным комплексом.

Предметом исследования является деятельность гостиничного комплекса «Mercure Rosa Khutor».

В ходе исследования применялись следующие методы: сравнительный и факторный анализ деятельности предприятия, анализ динамики и структуры, табличный и графический методы, метод опроса.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в том, что на основании изученного теоретического и практического материала, разработаны рекомендации по совершенствованию деятельности гостиничного комплекса, которые могут быть использованы в деятельности «Mercure Rosa Khutor».

Структура курсовой работы определена ее целью и поставленными задачами. Курсовая работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

**1 Теоретические аспекты деятельности гостиничного предприятия**

**1.1 Понятие и виды гостиничных предприятий**

Гостиничное предприятие (отель) представляет собой здание, сооружение или часть здания, которое предназначено для предоставления услуг по размещению и проживанию гостей. Гостиничный комплекс (отель) включает определенное количество номеров, имеет перечень услуг, руководство и обслуживающий персонал. Изначально «гостиница» представляла собой постоялый двор, а слово «отель» имеет французские корни и произошло от слова «hotel» – «хозяин» [19].

Гостиничные комплексы стали появляться в Новое время, когда активно развивались торговые отношения и число путешественников увеличилось. В современном виде гостиницы стали появляться в 19 веке. Первый отель возник в Бостоне в 1829 году, это был комплекс со всеми необходимыми составляющими и включал регистратуру, служащих, а также бесплатные туалетные принадлежности.

В последние десятилетия гостиничная сфера претерпела множество изменений и развивается активными темпами. Сегодня современные гостиницы (отели) стремятся соответствовать международным стандартам качества, повышают свой уровень обслуживания, внедряют инновации, а также имеют высококвалифицированный персонал. В настоящее время современные гостиницы обладают следующими признаками [9]:

– ориентируются на определенный сегмент гостей;

– не относятся к специализированным заведениям;

– состоят из определенного количества номеров;

– имеют единое руководство;

– предоставляют различные услуги;

– имеют определенный класс и категорию;

– могут быть в составе гостиничных цепей.

В настоящее время существует множество типов гостиниц в зависимости от ее назначения. Они различаются по функциональности, контингента гостей, количеству услуг основных и дополнительных. Типы гостиничных предприятий представлены на рисунке 1.

Гостиницы

Целевые гостиницы

Транзитные гостиницы

Железнодорожные

Делового назначения

Для отдыха

Санатории, частные дома

Водные

Туристские

Курортные

Пансионаты

На авиатрассах

На автотрассах

Туристско-экскурсионные

Туристско-спортивные

Специализированные

Рисунок 1 – Типы гостиничных предприятий [20]

Исходя из представленных данных рисунка 1, видно, что все гостиницы в зависимости от функционального предназначения подразделяются на транзитные и целевые гостиницы. Транзитные гостиницы нацелены в основном на кратковременное пребывание гостей, имеют минимальный набор услуг и расположены около больших трасс и магистралей. Такие гостиницы могут быть водными, автомобильными и другими. Целевые гостиницы имеют более широкий перечень услуг и могут предназначаться для отдыха, делового назначения или лечения и рекреации.

Нужно отметить, что курортные гостиницы предоставляют не только услуги размещения и питания, но и предусматривают лечебно-оздоровительные программы, лечебные процедуры. Туристские гостиницы расположены на туристических маршрутах. Комплекс услуг формируется в соответствии с программой маршрута и заранее определяется путевкой.

Современная классификация содержит большое количество разнообразных видов гостиничных предприятий, которые имеют свое предназначение и название. Рассмотрим их более подробно [13]:

– отель-люкс. Такая гостиница имеет разнообразные услуги, расположена, как правило, в центре города и ориентирована на состоятельных гостей;

– гостиница эконом. Это может быть малая или средняя гостиницы, с ограниченным количеством услуг и оперативным обслуживанием. Гостиница может располагаться вдоль крупных дорог;

– апарт-отель. Гостиница-апартамент больше характерна для большого города, а номера имеют квартирный тип. Такая гостиница чаще всего подразумевает самообслуживание;

– гостиница среднего класса. Гостиница может находится как в черте города, так и за городом, имеет различный диапазон цен на размещение и предоставляет широкий набор услуг;

– частная гостиница. Располагается чаще за городом или сельской местности и рассчитана на обслуживание по типу «ночлег-завтрак». Вместимость такой гостиницы обычно небольшая;

– отель-курорт. Гостиница расположена чаще всего на курортах, предоставляет широкий выбор услуг, может предоставлять медицинское обслуживание. Вместимость отеля может быть различной;

– гостиный двор. Предоставляет стандартный набор услуг, как правило, небольшой вместимостью. Здесь обычно отсутствуют холлы, фойе и т.д.);

– отель-гарни. Предприятие с ограниченным набором услуг и, как правило, предлагает континентальный завтрак;

– мотель. Гостиница средней или малой вместимости и расположена за городом, обычно ближе к магистралям. Предлагает средний уровень обслуживания и имеет небольшое количество персонала;

– кемпинг. Гостиничное предприятие, нацеленное на путешественников на автомобилях, велосипедах и др. Обслуживание в таком предприятии ограничено предоставлением ночлега и помещений для самостоятельного приготовления пищи. Набор услуг очень ограничен;

– хостел. Экономный вариант размещения, где основная услуга – предоставление ночлега;

– ротель. Представляет собой отель на колесах, в котором присутствуют туалет, кресло-кровать, кухня;

– ботель. Гостиница на воде, которая располагается на каком-либо судне;

– флотель. Курортная гостиница, расположенная на воде. Это достаточно большое гостиничное предприятие, с широким набором услуг и просторными номерами.

Таким образом, вид гостиничного предприятия определяет его месторасположение, вместительность номеров, уровень обслуживания, количество дополнительных услуг и другие составляющие. На сегодняшний день гостиничные предприятия ориентированы на предоставление услуг различным категориям посетителей: участникам конгрессов и выставок, отдельным гражданам, прибывшим на отдых или с другой целью, а также туристам, которые придерживаются определенного маршрута внутри страны или из-за рубежа и прочих [3].

Таким образом, гостиница представляет собой предприятие (здание), которое оказывает услуги по размещению и проживанию гостей, а также ряд других услуг. В настоящее время все гостиничные предприятия в зависимости от функционального предназначения можно подразделить на две большие группы: на транзитные и целевые гостиницы. Различные виды гостиниц ориентированы на определенный контингент гостей, имеют определенный перечень услуг. Многие гостиничные предприятия предоставляют не только услуги размещения и питания, но и предусматривают лечебно-оздоровительные программы, лечебные процедуры и многое другое.

**1.2 Основные и дополнительные услуги, оказываемые гостиничными предприятиями**

Гостиничные предприятия могут оказывать различные услуги своим гостям, они могут предлагаться как на платной, так и на бесплатной основе. Услуги, предоставляемые в гостиницах, подразделяются на основные и дополнительные, платные и бесплатные. Виды услуг в гостинцах представлены на рисунке 2.

Услуги в гостинице

Основные услуги

Услуги проживания и питания

Платные услуги:

– заказ билетов;

– вызов такси;

– экскурсионные услуги;

– услуги химчистки и прачечной;

– прокат авто.

Дополнительные услуги

Бесплатные услуги:

– аптечка;

– вызов скорой помощи;

– побудка к определенному времени;

– доставка корреспонденции и др.

Рисунок 2 – Виды услуг в гостинцах [14]

Согласно данным рисунка 2, к основным услугам относятся проживание и питание, и предоставляются они на платной основе. Дополнительные услуги в гостинице могут предлагаться гостям как на платной, так и на бесплатной основе. Без дополнительной оплаты гостям могут быть предоставлены следующие виды услуг [14]:

– услуга по побудке гостей к определенному времени;

– вызов скорой помощи;

– пользование медицинской аптечкой;

– доставка в номер корреспонденции при её получении;

– предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и др.

Кроме обязательных и бесплатных услуг, гостиницы предоставляют целый комплекс платных дополнительных услуг, перечень и качество которых должны соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории. Ассортимент дополнительных услуг варьируется в зависимости от «звездности» гостиниц. Наиболее распространенные из них [21]:

– услуги организаций общественного питания (бар, ресторан, кафе, буфет);

– инфраструктура развлечений (дискотека, казино, ночной клуб, зал игровых автоматов, бильярдная);

– экскурсионное обслуживание, услуги гидов-переводчиков;

– транспортные услуги (бронирование билетов на все виды транспорта, заказ автотранспорта по заявке гостей, вызов такси, прокат автомобилей);

– бытовое обслуживание (ремонт и чистка обуви; ремонт и глажение одежды; услуги химчистки и прачечной; хранение вещей и ценностей);

– услуги парикмахерской, маникюрного и массажного кабинетов;

– аренда залов переговоров, конференц-зала и др.

Механизм предоставления основных и дополнительных услуг должен соответствовать установленным стандартам. Форма и содержание стандартов является критерием качественного обслуживания. На качество предоставления услуг в гостиницах влияют следующие факторы [11]:

– материально-техническая база – удобная планировка и качественное оформление помещений, меблировку, качество белья, современные телекоммуникации;

– технология обслуживания;

– высокий профессионализм и компетентность персонала;

– управление качеством обслуживания.

Основная услуга гостиничного предприятия – это предоставление временного жилья за денежное вознаграждение. Для выполнения всех необходимых функций, которые должна выполнять гостиница, для удовлетворения самых необходимых нужд гостей любое гостиничное предприятие, в том числе малое, должно иметь в своем составе минимальный набор основных служб. Служба гостиничного предприятия представляет собой структурное подразделение в организационной структуре управления, выполняющее определенные функции для обеспечения обслуживания гостей. В гостиничных предприятиях, как правило, функционируют следующие основные службы [8]:

– административная служба;

– служба управления номерным фондом;

– служба общественного питания;

– коммерческая служба;

– технические службы;

– вспомогательные и дополнительные службы.

Таким образом, гостиничные предприятия помимо питания и размещения предоставляют своим клиентам целый набор дополнительных услуг. Дополнительные услуги могут предоставляться на платной и на бесплатной основе. Все предоставляемые услуги в гостинице должны соответствовать стандартам, быть качественными и предоставляться квалифицированным персоналом.

**1.3 Показатели качества гостиничных услуг**

Критерий оценки качества предоставляемой услуги для потребителя – это степень его удовлетворения, то есть соответствие между полученным и ожидаемым. Критерием степени удовлетворения клиента выступает его желание вернуться еще раз и посоветовать выбранный им отель своим друзьям и знакомым. Показатели качества услуг и обслуживания гостей являются одной из главных сторон деятельности отеля. Эти показатели можно условно разделить на три основные группы [1]:

1) показатели, связанные с предоставлением гостиничных номеров и их обслуживанием, в частности: показатели времени на ожидание номера; количество заполняемых документов при заселении; состояние номера, постельного белья и др.;

2) показатели качества дополнительных платных и бесплатных услуг: наличие в номерах фена, утюга, телевизора; возможность заказать билеты на транспорт, в кино или театр, организация экскурсий;

3) показатель культуры обслуживания: в процессе анализа этого показателя необходимо установить, насколько оборудование номеров и других помещений отеля соответствует установленным нормативам, не перегружены ли помещения ненужными предметами, целесообразно оформленные интерьеры и насколько они соответствуют требованиям эксплуатации и современной эстетики.

Для гостиничного предприятия имеет значение ряд факторов, которые содержат потенциал качества. Выделены наиболее важные факторы [7]:

– месторасположение отеля. Гостиница, построенная в местности с негативной репутацией, не может рассчитывать на коммерческий успех;

– классификационные критерии (количество звезд). Принадлежность к определенной категории качества формирует ожидание клиентов и одновременно определяет уровень, который должен поддерживаться гостиницами, чтобы не вызвать разочарование у потребителей;

– принадлежность к гостиничной цепи. Многие гостиничные цепи акцентируют внимание на скидках для клиентов и гарантированном качестве гостиничных услуг на всех предприятиях, входящих в цепь;

– здание и оборудование отеля. Вид сооружений, номеров, коридоров, санузлов, помещений для отдыха определяет первое впечатление, получаемое гостем;

– широта и глубина предлагаемого набора услуг. Так, обширное предложение услуг ассоциируется чаще всего с высоким уровнем качества;

– цена. Уважение к отелю растет вместе с ценой. Это важнейший материальный показатель ожидаемого качества услуг гостиницы. В сознании людей укоренилось, что высокий уровень цен обещает не менее высокий уровень качества, и наоборот [8].

Следовательно, совокупность показателей служит основополагающей предпосылкой для планирования качества и мероприятий по его совершенствованию в гостиничной индустрии. Более подробно показатели качества в гостиничной индустрии представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели качества в гостиничной индустрии [10]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Качество | Показатели | |
| Материальные  (технические измерители) | Нематериальные (неосязаемые измерители) |
| Потенциальное | – макро- и микрорасположение;  – классификационные критерии;  – принадлежность к гостиничной цепи;  – здание и оборудование отеля;  – уровень цен;  – широта и глубина предоставляемых услуг;  – персонал и др. | – атмосфера отеля;  – расположение сооружения;  – стиль, эстетика сооружения;  – персонал (внешний вид, одежда) и др. |
| Процесса Обслуживания | – численность работников;  – расположение номеров;  – оснащение вывесками (указателями);  – чистота;  – время обслуживания;  – техническое состояние сооружения;  – организация свободного времени (бассейн, тренажерный зал) и др. | – атмосфера в комнатах, ресторане, баре;  – уровни и принципы сервиса;  – готовность помочь, дружелюбие;  – производственный климат и др. |
| Итоговое | – удовлетворенность клиентов;  – учетные записи;  – рекомендации (советы);  – быстрота операций при заселении и выселении. | – удовлетворенность клиентов;  – отдых, снятие напряжения;  – соответствие ожиданиям клиентов. |

Исходя из таблицы 1, показатели качества в гостиничной индустрии могут быть материальные и нематериальные. Предоставление гостиничных услуг высокого качества является составной частью постоянного внимания администрации гостиницы независимо от формы собственности. Ключевым фактором, формирующим понятие качества, является наиболее полное удовлетворение потребностей гостей с различными запросами и своим пониманием комфорта. Однако существуют основные критерии качества гостиничных услуг [3]:

– компетентность: выражается в том, что персонал отеля обладает необходимыми знаниями и навыками, и достаточным уровнем профессионализма для оказания тех или иных услуг;

– надежность: определяется стабильностью работы отеля, а также длительностью его существования на рынке;

– отзывчивость: персонал отеля стремится по возможности удовлетворить все пожелания своих клиентов;

– доступность: персонал отеля должен быть контактным и доступным, клиент не должен искать работника соответствующей службы по всему отелю;

– понимание: один из главных элементов гостеприимства, который основан на понимании всех специфических потребностей клиентов;

– коммуникация: персонал отеля должен быть максимально открытым для клиента и предоставлять доступ к необходимой ему информации;

– доверие: показатель качества, выражающийся в том, что удовлетворенный обслуживанием клиент предпочтет этот отель в будущем, предлагая его услуги своим близким, друзьям, знакомым;

– безопасность: отражает главную потребность любого клиента – потребность в моральной и физической безопасности;

– обходительность: персонал отеля должен быть вежливым, доброжелательным, дружелюбным, внимательным;

– осязаемость: клиент должен не только потреблять, но и осязать предоставляемые услуги, что достигается за счет оформления помещений и здания отеля, а также униформы персонала.

Таким образом, показатели качества обслуживания гостей определяют конкурентоспособность гостиничного предприятия, а также способность в полном объеме удовлетворять потребности гостей. Все показатели качества обслуживания сводятся в три группы: показатели, связанные с предоставлением гостиничных номеров и их обслуживанием; показатели качества дополнительных платных и бесплатных услуг; показатели культуры обслуживания. Также на уровень качества предоставляемых услуг гостиницы влияет множество различных факторов. Для постоянного повышения качества обслуживания в гостинице нужно систематически анализировать слагаемые качества услуг.

**2 Изучение эффективности деятельности отеля «Mercure Rosa Khutor»**

**2.1 Общая характеристика и структура управления отелем «Mercure Rosa Khutor»**

Гостиничный комплекс «Mercure Rosa Khutor» имеет «4» звезды, расположен возле Кавказских гор на курорте «Роза Хуторов» по адресу: г. Сочи, Адлерский район, пос. Эсто-Садок, Набережная Лаванда, 4. Отель «Mercure Rosa Khutor» принадлежит отельной цепочке «Mercure», присутствующей в 50 странах, и имеет удобное расположение в 150 м от горнолыжного подъемника и хорошо охраняемую территорию. В 1 км от отеля находятся центр санного спорта и биатлонный комплекс «Лаура». Международный аэропорт Сочи расположен в 40 км от отеля «Mercure Rosa Khutor». В архитектуре и оформлении отеля присутствуют народные мотивы и современный комфортный стиль [22].

Отель предоставляет своим гостям уютные и оборудованные номера, бассейн под стеклянной крышей, хамам и многое другое. Дополнительные услуги отеля, следующие:

– фитнес-центр;

– лобби-бар и камин;

– крытый бассейн;

– бизнес-центр;

– зона для кофе-брейков;

– хамам;

– заказ билетов (авто, авиа и т.д.);

– детский клуб;

– комната для хранения и сушки лыж.

Бизнес-центр отеля включает 6 конференц-залов. Максимальная площадь конференц-зала 120 кв.м., а максимальная вместимость до 100 человек. В конференц-залах есть все необходимое оборудование.

Отель «Mercure Rosa Khutor» располагает 153 номерами различных категорий. Среди них следующие:

1) «Стандарт Double» (74 номера);

2) «Стандарт TWIN» (20 номеров);

3) категория «Привилегия» (48 номеров);

4) категория «Люкс» (11 номеров).

В оснащение всех номеров отеля входят LED телевизоры с системой интерактивного телевидения, система кондиционирования, минибар, чайник, утюг и гладильная доска, шкаф для сушки принадлежностей для катания, сейф. В ванной комнате присутствует зеркало и фен, а также косметика класса люкс. Каждому гостю предоставляется удобный халат и мягкие тапочки.

Цена номера в отеле зависит от его типа, основное отличие которых заключается в площади и расположении в здании отеля, а также наличие питания. Стоимость номеров, их оснащенность и условия питания представлены в таблице 2.

**Таблица 2 – Стоимость проживания в номерах отеля** «Mercure Rosa Khutor»**, руб./сут.** [22]

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Категория номера | Оснащенность номера | Условия питания | Средняя стоимость  руб./сут. |
| «Стандарт Double» | Площадь – 24 м². В номере: одна двуспальная кровать или две односпальные, рабочая зона, кабельное телевидение, чайник, фен, душ, фирменные принадлежности для душа. | Без питания | 10080 |
| Завтрак | 11000 |
| Полупансион | 12200 |
| «Стандарт TWIN» | Площадь – 24 м². В номере: одна двуспальная кровать или две односпальные, рабочая зона, кабельное телевидение, чайник, фен, душ, фирменные принадлежности для душа. | Без питания | 10200 |
| Завтрак | 11300 |
| Полупансион | 12600 |

**Продолжение таблицы 2**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| «Привилегия» | Площадь – 24 м². В номере: двуспальная кровать, шкаф, мини-бар, рабочая зона, чайник, кофе-машина. В ванной: халат, тапочки, эксклюзивный набор косметики. | Без питания | 13400 |
| Завтрак | 15200 |
| Полупансион | 16800 |
| «Люкс» | Площадь – 48 м². В номере: двуспальная кровать, мини-бар, рабочая зона, кабельное/ спутниковое телевидение, чайник, фен, ванная и душ, эксклюзивные принадлежности для ванной, кофе-машина, халат, тапочки. | Без питания | 19100 |
| Завтрак | 20200 |
| Полупансион | 21400 |

**В результате представленных данных таблицы 2 видно, что в отеле предоставляются услуги проживания в номерах с различными вариантами питания: без питания, завтрак и полупансион. Площадь номеров составляют 24 кв.м. и 48 кв. м. Цена за проживание колеблется от 10 000 до 21400 руб. в сутки на одного гостя. Питание в отеле можно заказать в номер или завтракать и обедать в ресторане «Барский стол». В ресторане предлагают гостям блюда русской кухни, а иногда проводят кулинарные шоу.**

Бронирование номеров отеля можно осуществлять как по телефону, так и через интернет. Отель «Mercure Rosa Khutor» **располагает своим сайтом в интернете:** https://shop.rosaski.com. Первая страница сайта представлена на рисунке 3.

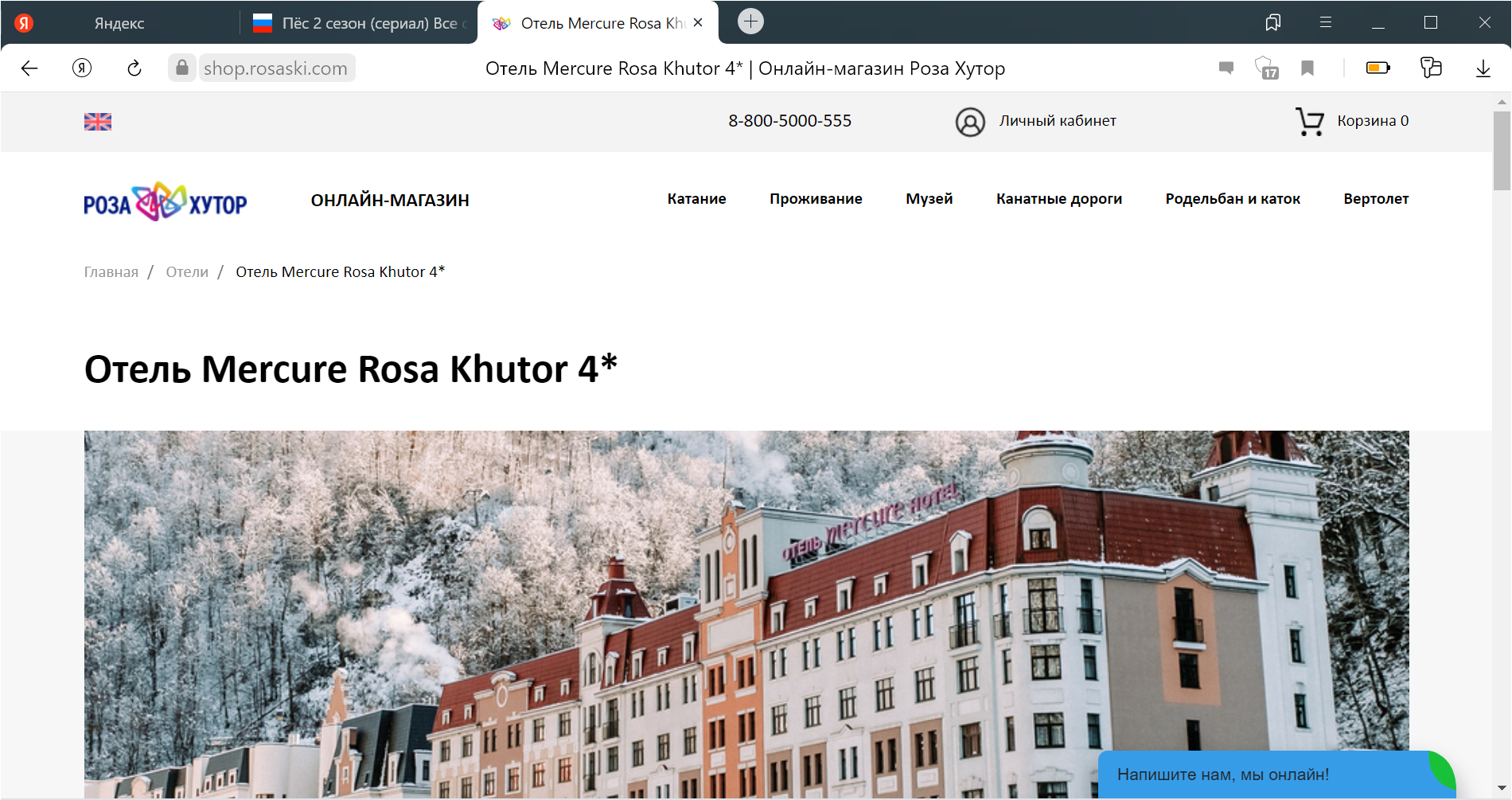


Рисунок 3 – Сайт гостиницы «Mercure Rosa Khutor» [22]

Наибольшую долю гостей отеля «Mercure Rosa Khutor» составляют семейные пары или просто пары, прибывшие на отдых на курорт. Сегмент гостей отеля «Mercure Rosa Khutor» представлен на рисунке 4.

Рисунок 4 – Доля гостей отеля «Mercure Rosa Khutor» в 2020 году, %

Исходя из рисунка 4, отметим, что 68% гостей отеля составляют семьи, 21% гостей составляют пары, 8% – путешествующие в одиночку, 3% – гости, прибывшие в отель по деловым целям. В результате, отметим, что люди приезжают в отель «Mercure Rosa Khutor» в основном с целью отдыха [23].

Структура управления отелем «Mercure Rosa Khutor» представляет собой гибкую структуру. Предприятие имеет линейно-функциональную структуру управления. Данная организационная структура является традиционной и типична для большинства гостиничных предприятий. Общее руководство гостиницей осуществляет директор. Ему подчиняются заместители, которые в свою очередь отвечают за определенные сектора и участки в зависимости от направления работы. Также директору отеля подчиняются: отдел по работе с персоналом, юридический сектор, служба безопасности, охраны и режима, сектор внутреннего аудита. Организационная структура управления «Mercure Rosa Khutor» представлена в приложении А.

Заместитель директора по гостинице контролирует: сектор бронирования, приема и размещения, сектор маркетинга и продаж, бюро по качеству, службу гостиничного хозяйства. Заместитель директора по идеологической работе и кадрам контролирует: информационно-воспитательную и идеологическую работу на предприятии, набор персонала гостиницы.

Главный инженер контролирует работу: инженера по охране труда, инженерно-эксплуатационную службу, ремонтно-эксплуатационную службу. Отдел АСУ контролирует: участок обслуживания номерного фонда, арендные отношения.

Для осуществления процесса обслуживания туристов в гостинице предусмотрен набор следующих основных служб, обеспечивающих предоставление основных гостиничных услуг: бронирования, обслуживания, приема и расчетная часть, эксплуатация номерного фонда.

Служба бронирования выполняет следующие функции: прием заявок на гостиничные места и их обработка. Процедура бронирования осуществляется по телефону, через коммерческих представителей гостиницы (турагентов и туроператоров), электронной почте, с помощью глобальных систем бронирования. Со службой приема и расчетной части гость контактирует больше всего, туда он обращается за информацией и услугами во время своего пребывания в гостинице. К важнейшим функциям службы приема относятся приветствие гостя и выполнение необходимых формальностей при его размещении. К функциям службы приема и расчетной части относятся также распределение номеров и учет свободных мест в гостинице, выписка счетов и осуществление расчетов с клиентами [16].

Важнейшей функцией службы эксплуатации номерного фонда является поддержание необходимого уровня комфорта и санитарно-гигиенического состояния гостиничных номеров, а также общественных помещений (холлов, фойе, переходов, коридоров). Службу эксплуатации номеров возглавляет менеджер, которому подчинены горничные, дежурные по этажу и некоторые другие категории работников. Основной обязанностью горничных является уборка номеров.

Таким образом, гостиничный комплекс «Mercure Rosa Khutor» расположен возле Кавказских гор на курорте «Роза Хуторов». Отель предоставляет своим гостям уютные и оборудованные номера, бассейн под стеклянной крышей, хамам и многое другое. Отель располагает 153 номерами различных категорий, цены на которые зависят от типа номера, площади и расположении в здании отеля, а также наличия питания. Организационная структура управления отелем представляет собой линейно-функциональную подчиненность отделов. От директора гостиницы к его заместителям подчинение происходит по линейному принципу, а далее к отделам – по функциональному. Для осуществления бесперебойной работы и предоставления качественных услуг в гостинице имеются все необходимые службы с четким распределением обязанностей среди персонала.

**2.2 Анализ качества услуг и эффективности деятельности отеля «Mercure Rosa Khutor»**

При организации обслуживания туристов в отеле «Mercure Rosa Khutor» руководствуются следующими нормативными документами: международными стандартами, государственными стандартами, стандартами предприятия, Законами РФ, правилами сертификации туристских услуг и услуг гостиниц. Технологический процесс ока­зания гостиничной услуги в «Mercure Rosa Khutor» включает в себя [23]:

– встречу гостя при входе в гостиницу;

– регистрацию, оформление документов и размещение гостя;

– обслуживание в номере;

– обслуживание при предоставлении услуг питания;

– удовлетворение культурных запросов, спортивное, оздоро­вительное и фитнес-обслуживание;

– оформление выезда, проводы при отъезде.

Для определения эффективности работы отеля «Mercure Rosa Khutor» в области удовлетворения запросов гостей был проведен анализ качества предоставляемых услуг. Основными методами сбора данных, необходимых для проведения анализа качества, стали анкетный метод и разработка опросного листа. Для того чтобы проанализировать качество обслуживания в гостинице была составлена анкета для гостей (приложение Б) на основании которой и было проведено исследование. Анкета состоит из двух блоков: в первом блоке выявляется уровень качества в целом услуг гостиницы, а во втором блоке определяется уровень удовлетворенности гостями персоналом отеля. В опросе приняло участие 100 клиентов гостиницы. При выезде из номера гостю предлагалось заполнить анкету. Результаты удовлетворения гостей услугами гостиницы (1 блок анкеты) представлены в таблице 3 [23].

Таблица 3 – Результаты опроса гостей отеля «Mercure Rosa Khutor»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вопрос | отлично | хорошо | удовлетворительно |
| Как бы Вы оценили следующие показатели эффективности работы отеля: | чел. | чел. | чел. |
| Месторасположение | 71 | 29 | 0 |
| квалифицированность персонала | 53 | 39 | 8 |
| обходительность и отзывчивость персонала | 41 | 51 | 8 |
| инфраструктура возле гостиницы | 51 | 45 | 4 |
| владение персонала иностранными языками | 25 | 31 | 26 |
| уют и удобство в номере | 35 | 52 | 13 |
| наличие дополнительных услуг в гостинице | 39 | 42 | 19 |
| организация питания | 29 | 55 | 16 |
| известность гостиницы | 11 | 29 | 31 |
| Всего опрошено: | 100 чел. | | |

Из таблицы 3 следует, что гости считают достаточно удобным месторасположением «Mercure Rosa Khutor» и хорошую инфраструктуру возле гостиницы, отмечают высокую квалифицированность персонала в решении различных вопросов, а также обходительность и отзывчивость персонала.

Наличие и качество предоставление дополнительных услуг устроило 81 человека из 100 опрошенных, 19 гостей отметили недостатки в дополнительных услугах гостиницы. Из дополнительных услуг гости положительно отозвались о наличие парковки, а отрицательные отзывы поступили в адрес организации досуга в самой гостинице. Организация питания в гостинице также устроило не всех гостей: 16 человек отметили эту услугу как удовлетворительную. Также некоторые гости отметили, что в гостинице «Mercure Rosa Khutor» сотрудники недостаточно владеют иностранными языками (это отметили гости, для которых данный параметр был важен), а также уют и удобство в номере 13 гостей отметили оценкой удовлетворительно. Параметр известности гостиницы показал, что гости плохо осведомлены о наличие данного гостиничного предприятия: 11 человек оценили данный параметр как «отлично» – это в основном постоянные клиенты, 29 человек дали оценку «хорошо» – эти гости указали, что узнали о гостиницы от знакомых, а 31 человек отметили плохую осведомленность о гостинице, 29 гостей вообще не данный параметр не оценивали. В графе «Пожелания и комментарии» для улучшения работы гостиницы гости отметили необходимость повысить информативность о гостинице (45% опрошенных). Также, гости хотели бы видеть в предложениях гостиницы скидки для постоянных клиентов (55%) [22].

Анализ ответов на второй блок анкеты показал следующее:

1) 55% гостей не получили исчерпывающего ответа при бронировании номера, а 10% гостей получили минимальную консультацию по телефону;

2) 60% гостей отметили опрятный вид персонала, а 40% отмечают, что внешний вид не был аккуратным и опрятным;

3) 35% процентов гостей остались довольны беседой по телефону, в то время как 65% процентов отметили нетактичность персонала (перевод звонка без предупреждения, отсутствие ответа в течение длительного времени, незаинтересованность работников в проблеме гостя);

4) 55% гостей оценили работу стойки регистрации гостей на оценку «7», 35% на оценку «6» и 10 % поставили оценку «5».

Исходя из данных анкетирования, можно сделать вывод о том, что с самого начала общения с гостем (телефонного звонка) персонал пренебрегает исполнению стандартов обслуживания, вследствие чего качество проживания гостя в отеле снижается, общее впечатление о качестве сервиса портится. На основании опроса гостей выделяются положительные стороны работы отеля:

– высокая культура общения персонала с гостями;

– качественная уборка номеров;

– удобное расположение гостиницы и хорошая инфраструктура;

– квалифицированность обслуживающего персонала.

Также выявлены отрицательные стороны работы гостиницы. Среди основных выделены:

– недостаточно отлаженная система бронирования (нет автоматизации);

– длительное время регистрации гостя (перегруженность персонала, отсутствие внутренней автоматизации);

– небольшое количество дополнительных услуг по мнению гостей [11].

Следовательно, в отеле «Mercure Rosa Khutor» требуется разработка мероприятий по повышению качества обслуживания гостей. Данные мероприятия повысят спрос на услуги гостиницы, а также повысят ее имидж.

Таким образом, работа служб отеля «Mercure Rosa Khutor» отлажена и коллектив работает сплоченно: гости удовлетворены уборкой номеров, культурой обслуживания. Каждая служба гостиницы выполняет свои функции, однако, при осуществлении процессов обслуживания гостей выявились недостатки, которые требуют устранения и повышения качества: сбой в системе бронирования, длительность регистрации при заезде гостей, недостаточно дополнительных услуг для гостей.

**3 Рекомендации по совершенствованию эффективности деятельности отеля «Mercure Rosa Khutor»**

Для совершенствования деятельности отеля и повышения качества обслуживания необходимо разработать мероприятия, которые будут направлены на облегчение работы сотрудников гостиницы, а также на повышение уровня удовлетворенности услугами гостей. Выявленные недостатки, предложенные пути устранения их и ожидаемый результат, представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Рекомендации по совершенствованию эффективности деятельности отеля «Mercure Rosa Khutor»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Недостатки | Мероприятие | Ожидаемый результат |
| Неудовлетворенность гостями дополнительными услугами гостиницы. | а) заключение договоров с:  – транспортными службами  такси (перевозка клиентов в любое место быстро и качественно);  – со службой доставки продуктов (быстрая и своевременная поставка продуктов питания и других необходимых средств высокого качества);  б) расширение спектра предлагаемых услуг (разбудить клиента в назначенное время). | Привлечение новых клиентов, создания качественных продуктов и услуг, повышение удовлетворенности услугами гостиницы. |
| Сбои в системе бронирования, длительное время регистрации гостя, недостаточная отлаженность системы бронирования | а) автоматизация службы приема и размещения. Внедрить программу «Westconcept: NovHotel». Данный функционал контролирует все операции, связанные с клиентами и их поселением.  б) установить паспортный сканер в службу регистрации гостей. | Повышение качества обслуживания. Программа позволит быстро заселить и выписать гостя, подобрать номер, соответствующий запросу. |
| Недостаточная оперативность работы служб, контактирующих с гостем. | а) установить в службу приема и размещения электронные телефонные системы для организации индивидуального обслуживания гостей. | Повышение качества обслуживания клиентов, повышение конкурентоспособности услуг, организация индивидуального обслуживания гостя. |

Предложенные мероприятия будут направлены на повышение качества предоставляемых услуг гостиницей, на расширение перечня имеющихся дополнительных услуг, на устранение недостатков служб при бронировании и регистрации гостей, а также на повышение оперативности работы службы размещения. Предложены следующие мероприятия:

1) заключение договоров со службой такси и службой доставки продуктов для гостей. Предлагается заключить договор с транспортной компанией о своевременной подаче такси клиентам отеля, а также с компанией по быстрой и своевременной доставке качественных продуктов и других принадлежностей для клиента;

2) автоматизация системы побудки клиентов с помощью компьютера и принтера. Для организации данной услуги сотрудники гостиницы должны завести лист побудки (Wake-up calls list). Далее организовывается подсоединение компьютера со всеми телефонами гостиницы, в память компьютера вводится информация номера телефона гостя, которого требуется разбудить в определенное время. Когда время побудки подошло, то компьютерная система, которая установлена в АТС, автоматически производит соединение с номером комнаты. Гость, снимая трубку телефона, слышит сообщение, например, такого содержания: «Доброе утро. Мы выполняем Вашу просьбу на побудку. Желаем Вам хорошего дня и приятного пребывания в отеле». Сообщение может воспроизводиться на предпочитаемом гостем языке. Если гость услышал будильник и взял трубку телефона, тогда на принтере у сотрудника отеля распечатывается информация, что клиент проснулся. Если клиент не просыпается, то звонок автоматически повторяется через 5 минут [17];

3) внедрение программы «Westconcept: NovHotel» для автоматизации службы приема и размещения гостиницы. Функционал программы автоматизирует все операции, связанные с поселением гостей: быстро заселить и выписать гостя, подобрать номер, вести учет пожеланий клиентов. Интерфейс программы «Westconcept: NovHotel» представлен на рисунке 5.

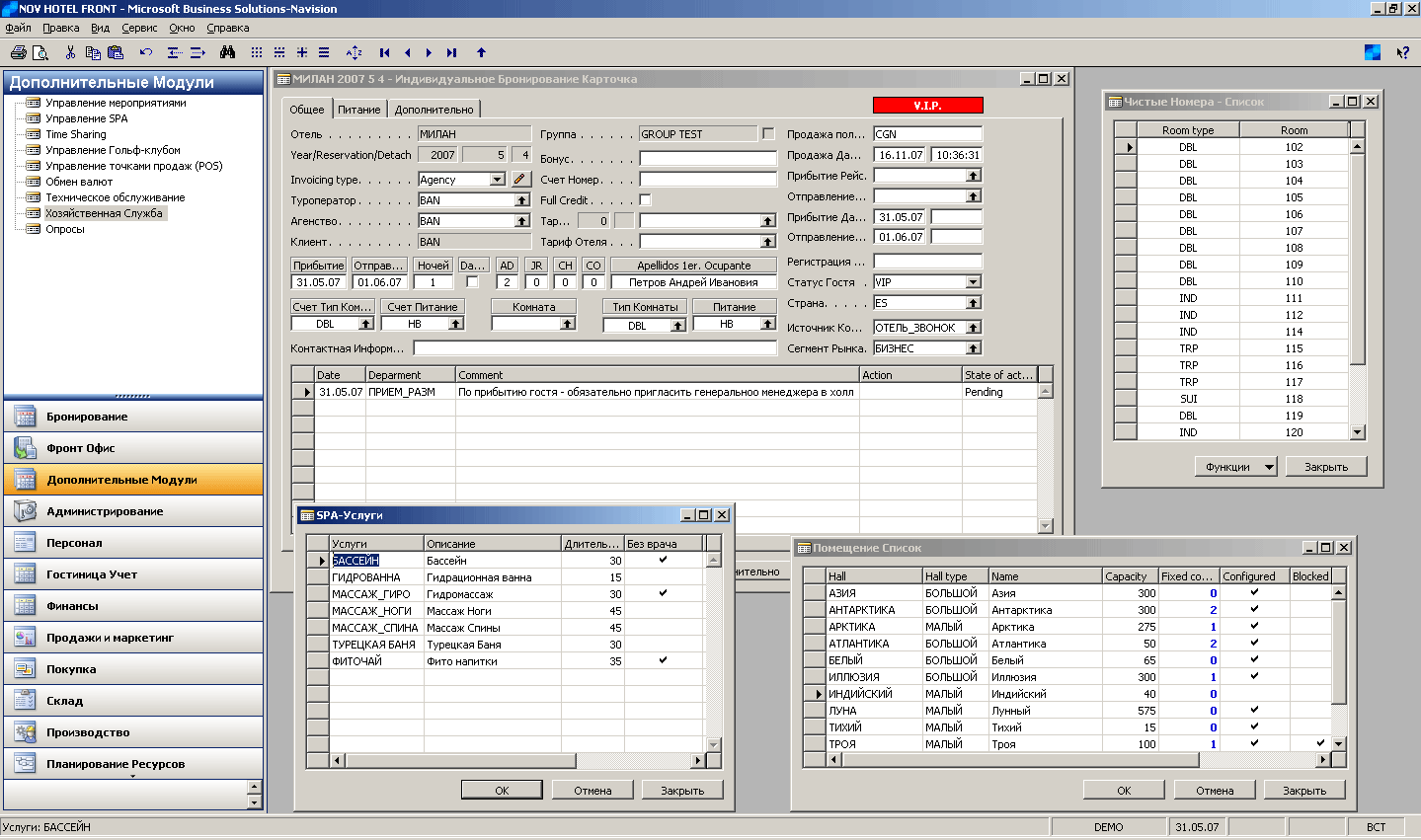


Рисунок 5 – Программа «Westconcept: NovHotel»

Функциональные возможности программы, следующие: бронирование, поселение, выписка, портье, сведение счетов гостей, контроль состояния номерного фонда, кассовые операции, ночной аудит, отчетность, управление доходами, учет дополнительных услуг. Также для регистрации гостя требуется ксерокопия его паспорта, что увеличивает время прохождения регистрации. Поэтому целесообразно установить на рецепции паспортный сканер. Автоматизированное рабочее место сотрудника службы размещения, состоящее из высокоскоростного паспортного сканера формата А5 и специализированного программного обеспечения, обеспечивает быстрый автоматический ввод паспортных данных [20];

4) установка в службу приема и размещения электронных телефонных систем для организации индивидуального обслуживания гостей. Данные системы существуют уже в больших гостиницах и помогают отелю обеспечить индивидуальное обслуживание гостей. Так, в службе приема и размещения целесообразно установить телефоны с дисплеями и когда гость звонит в службу – сотрудник видит имя гостя и его номер комнаты, что дает возможность сотрудникам отеля всегда называть гостя по имени. Также можно использовать услуги голосовой почты Voice Mail, где клиенту оставляется сообщение на предпочитаемом ему языке. О наличии сообщения клиент узнает по световому сигналу на дисплее своего телефонного аппарата. После отъезда все сообщения и персональное приветствие автоматически стираются.

Таким образом, на основании выявленных отрицательных сторон деятельности гостиничного предприятия, с целью эффективного функционирования отеля «Mercure Rosa Khutor», предлагается реализовать ряд мероприятий. К таким мероприятиям относятся: заключение договоров со службой такси и службой доставки продуктов для гостей, внедрение программы «Westconcept: NovHotel» для автоматизации службы приема и размещения гостиницы и установление паспортного сканера, автоматизация системы побудки клиентов с помощью компьютера и принтера, установление в службу приема и размещения электронных телефонных систем для организации индивидуального обслуживания гостей. В результате реализации данных мероприятий будут достигнуты следующие результаты: оптимизируется система бронирования, сократится время регистрации гостей при заезде, расширится перечень дополнительных услуг, повысится уровень индивидуального обслуживания гостей, уменьшится нагрузка службы приема и размещения, повысится имидж и конкурентоспособность гостиницы [7].

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Гостиничное предприятие представляет собой сооружение (здание), которое оказывает услуги по размещению и проживанию гостей, а также предоставляется ряд других услуг. Гостиничные предприятия в зависимости от функционального предназначения подразделяются на две большие группы: на транзитные и целевые гостиницы. Различные виды гостиниц ориентированы на определенный контингент гостей, имеют определенный перечень услуг. Гостиничные предприятия помимо питания и размещения предоставляют своим клиентам целый набор дополнительных услуг. Дополнительные услуги могут предоставляться на платной и на бесплатной основе.

Показатели качества обслуживания гостей определяют конкурентоспособность гостиничного предприятия, а также способность в полном объеме удовлетворять потребности гостей. На уровень качества предоставляемых услуг гостиницы влияет множество факторов: количество звезд, состояние здания, широта и глубина предлагаемого набора услуг и мн. др. Для постоянного повышения качества обслуживания в гостинице нужно систематически анализировать слагаемые качества услуг.

В практической части работы особенности функционирования гостиницы и качество предоставленных услуг были рассмотрены на примере отеля «Mercure Rosa Khutor». Гостиничный комплекс расположен возле Кавказских гор на курорте «Роза Хуторов». Отель располагает 153 номерами различных категорий. Организационная структура управления отелем является линейно-функциональная. От директора гостиницы к его заместителям подчинение происходит по линейному принципу, а далее к отделам – по функциональному.

С целью выявления качества предоставленных услуг отеля был проведен опроса гостей в количестве 100 человек методом анкетирования. Анкета состояла из двух блоков: в первом блоке выявлялся уровень качества в целом услуг гостиницы, а во втором блоке определялся уровень удовлетворенности гостями персоналом отеля. По результатам исследования к положительным сторонам деятельности отеля отнесли: высокая культура общения персонала с гостями, качественная уборка номеров, удобное расположение гостиницы и хорошая инфраструктура, квалифицированность обслуживающего персонала. К отрицательным сторонам деятельности отеля отнесли: сбой в системе бронирования, длительность регистрации при заезде гостей, мало дополнительных услуг для гостей. Для устранения выявленных отрицательных сторон деятельности гостиничного предприятия были рекомендованы следующие мероприятия: заключение договоров со службой такси и службой доставки продуктов для гостей, внедрение программы «Westconcept: NovHotel» для автоматизации службы приема и размещения гостиницы и установление паспортного сканера, автоматизация системы побудки клиентов с помощью компьютера и принтера, установление в службу приема и размещения электронных телефонных систем для организации индивидуального обслуживания гостей. Данные мероприятия будут способствовать повышению качества обслуживания посетителей в отеле. Цель работы достигнута, задачи решены.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Балабан, В.А. Организация и менеджмент гостиничного хозяйства/В.А. Балабан. – М.: Владивосток, 2018. – 213 с.

2. Бацына, Я.В. Управление знаниями как фактор повышения конкурентоспособности гостиничного сервиса // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 8-3. – С. 453-455.

3. Гостиничный менеджмент: учебное пособие для вузов по направлению подготовки «Гостиничное дело» / Рос. гос. ун-т туризма и сервиса; ред. А.А. Федулин. – 3-е изд., перераб. – Москва: КноРус, 2016. – 426 с.

4. Громов, А.И. Управление бизнес-процессами: современные методы: монография / А. И. Громов, А. Фляйшман, В. Шмидт. – М.: Юрайт, 2016. – 367 с.

5. Друкер, П.Ф. Эффективное управление предприятием. Учебное пособие / П.Ф. Друкер. – Вильямс, 2018. – 224 с.

6. Ехина, М.А. Бронирование гостиничных услуг: учебник. – 2-е изд. исправ. и доп. / М.А. Ехина. – М.: Академия, 2016. – 240 с.

7. Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов / Н.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко. – М.: Новое знание, **2016**. – 368 c.

8. Каурова, О.В. Менеджмент в сервисе / О. В. Каурова. – М.: КноРус, 2017. – 253 с.

9. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: Учебное пособие / Мазилкина Е.И. – М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 207 с.

10. Можаева, Н.Г. Гостиничный сервис / Н.Г. Можаева, Г.В. Рыбачек. – М.: Инфра-М, Альфа-М, **2017**. – 240 c.

11. Организация гостиничного дела: Учебное пособие / С.А. Быстров. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 432 с.

12. Романов, В.А. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование/В.А. Романов. Феникс. – М., **2014**. – **533** c.

13. Руденко, Л.Л. Технологии гостиничной деятельности / Л.Л. Руденко, Н.П. Овчаренко, А.Б. Косолапов. – М.: Дашков, 2018. – 176 c.

14. Технологии гостиничного сервиса: методические указания/В.В. Провоторина. – Ростов-на-Дону: Донской гос. техн. ун-т, 2018. – 24 с.

15. Тимохина, Т.Л. Гостиничный сервис: учебник для среднего профессионального образования / Т.Л. Тимохина. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 331 с.

16. Тимохина, Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. – 3-e изд., перераб. и доп. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 352 с.

17. Федцов, В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса /В.Г. Федцов. – Феникс. – М., **2014**. – **953** c.

18. Чудновский, А.Д. «Туризм и гостиничное хозяйство»/ А.Д. Чудновский. – М., «ЮРКНИГА», 2014. – 448 с.

19. Шамшина, Ю.О. Гостиничный сервис. Конспект лекций/Ю.О. Шамшина: Феникс. – М., 2014. – 208 c.

20. Гостиничные предприятия: понятие, классификация и типология. URI: <https://dw6.ru/tipologiya_gostinits.html> (дата обращения: 02.04.2021).

21. Дополнительные услуги гостиницы URI: <https://hotelmaster.ru/dopuslugi/> (дата обращения: 01.04.2021).

22. Отель «Mercure Rosa Khutor 4\*». URI: <https://shop.rosaski.com/hotels/>mercure-rosa-khutor/ (дата обращения: 04.04.2021).

23. «Mercure Rosa Khutor». Отзывы. URI: https://www.alean.ru/rossiya/krasnodarskiy\_kray/sochi\_kurort/mercure\_rosa\_khutor\_otel/ (дата обращения: 06.04.2021).

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**

Юридический отдел

Генеральный директор

Служба безопасности

Заместитель директора по гостинице

Заместитель директора по идеологической работе и кадрам

Финансово-экономическая служба

Сектор бронирования

Сектор приема и размещения

Главный инженер

Сектор маркетинга и продаж

АСУ

Отдел по работе с персоналом

Бюро по качеству

Сектор внутреннего аудита

Служба гостиничного хозяйства

Рисунок А1 − Организационная структура управления «Mercure Rosa Khutor»

**ПРИЛОЖЕНИЕ Б**

Анкета о качестве предоставления услуг в отеле «Mercure Rosa Khutor»

Постоянно пытаясь улучшить качество услуг, предоставляемых нашим гостям, мы будем очень благодарны, если Вы сообщите свое мнение о пребывании в нашем отеле. Нужное обведите, либо напишите свой вариант ответа. Если какая-либо услуга не имеет для Вас никакого значения, то можете ее не оценивать.

**I. Качество предоставления услуг.**

**1. Удобство месторасположения гостиницы:**

– отлично;

– хорошо;

– удовлетворительно.

**2.** **Квалифицированность обслуживающего Вас персонала:**

– отлично;

– хорошо;

– удовлетворительно.

**3. Отзывчивость и обходительность персонала:**

– отлично;

– хорошо;

– удовлетворительно.

**4. Владение персоналом иностранными языками:**

– отлично;

– хорошо;

– удовлетворительно.

**5. Полнота и качество предоставляемых дополнительных услуг в гостинице:**

– отлично;

– хорошо;

– удовлетворительно;

– какая из дополнительных услуг в гостинице Вас наиболее удовлетворила\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

– какой услуги, по Вашему мнению, не хватает в гостинице, либо ее нужно усовершенствовать**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**6. Инфраструктура возле гостиницы:**

– отлично;

– хорошо;

– удовлетворительно.

**7. Уют и удобства в номерах:**

– отлично;

– хорошо;

– удовлетворительно.

**8. Организация питания:**

– отлично;

– хорошо;

– удовлетворительно.

**9. Известность гостиницы:**

– отлично;

– хорошо;

– удовлетворительно;

– из каких источников Вы узнали о гостинице\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**10.Пожелания и комментарии**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**II. Качество обслуживания персоналом в гостинице.**

1. Вся ли информация была предоставлена Вам при бронировании номера?\_\_\_Да \_\_\_Нет \_\_\_\_\_\_\_Предоставили минимум

2. Обслуживающий Вас персонал выглядел опрятно и аккуратно?

\_\_\_Да \_\_\_Несовсем

3. Вся ли информация о проживании была озвучена Вам при заселении?\_\_\_Да \_\_\_\_\_Нет \_\_\_\_Не в полном объеме

4. Оцените от 1 до 10 работу стойки регистрации:

приветливость\_\_\_\_, отзывчивость\_\_\_\_\_, вежливость\_\_\_\_\_.

Укажите, пожалуйста, номер Вашей комнаты и период проживания

№ Проживал(а) с по

СПАСИБО!