

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ
	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»
	Академический колледж

ОТЧЕТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

43.02.11 Гостиничный сервис

ПМ.01 «Бронирование гостиничных услуг»

ПМ.02 «Прием, размещение и выписка
гостей»

ПМ.05 Выполнение работ по должности «Администратор
гостиницы (дома отдыха)»

период с «13» мая по «09» июня 2020 года

Студент группы СО-ГС-18 _____ Алещенко Д.А.
подпись

Организация: ФГБОУ ВО «ВГУЭС», Академический колледж

Руководитель практики _____ Чмырь Е.Н.
подпись

Отчет защищен:
с оценкой _____ Беленькая Ж.А.

Содержание

Введение.....	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия.....	5
1.1 История создания и развития предприятия.....	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия.....	5
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	6
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	7
1.5 Перспективы развития предприятия.....	8
2 Организационно технологические аспекты деятельности предприятия.....	9
2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии.....	9
2.2 Социально-психологические особенности деятельности предприятия. Культура предприятия.....	10
3 Система обеспечения безопасности.....	12
4 Технология формирования профессиональных компетенций.....	13
5 Выводы и предложения по совершенствованию деятельности ООО «Гостиничный комплекс «Азимут Отель Владивосток».....	15
Индивидуальное задание.....	16
Заключение.....	19
Список использованных источников.....	20
Приложение А Местоположение Гостиничного комплекса «Азимут Отель Владивосток».....	21
Приложение Б. Главный вход Гостиничного комплекса «Азимут Отель Владивосток».....	22
Приложение В. Номера Гостиничного комплекса «Азимут Отель Владивосток».....	23

Введение

Гостиницы играют ведущую роль в экономике туризма, они же, как правило, определяют аспекты, относящиеся к психологии туризма, а именно: удовлетворенность поездкой, привлекательность туристского направления, высокую оценку организации пребывания. От поведения сотрудников гостиницы складывается впечатление гостя об индустрии гостеприимства страны в целом.

В районах, куда приезжают иностранцы, гостиницы часто являются важными источниками получения иностранной валюты и таким образом могут вносить значительный вклад в платежные балансы своих стран.

В большинстве стран гостиницы играют важную роль, предоставляя возможности для проведения деловых встреч, совещаний и конференций, а также для отдыха и развлечений. В этом смысле гостиницы столь же необходимы для экономики и общества, как и хорошо организованный транспорт, связь и системы розничного распределения различных товаров и услуг.

Гостиницы являются также важными точками розничной продажи продукции других отраслей. В процессе строительства и модернизации гостиниц обеспечивается поле деятельности строительной промышленности и связанных с ней отраслей. Оборудование, мебель и всевозможные принадлежности поставляются гостиницам широким кругом производителей.

Продукты питания, напитки и другие подобные предметы потребления входят в число наиболее значительных ежедневных закупок, которые гостиницы осуществляют у фермеров, рыбаков, поставщиков продуктов питания и напитков и у компаний, поставляющих газ, электроэнергию и воду. Помимо того, что гостиницы создают непосредственную занятость для своих сотрудников, они порождают значительную косвенную занятость для тех, кто работает в поставляющих отраслях.

Целью производственной практики является сбор материалов, закрепление и углубление знаний, полученных на лекционных и лабораторно-практических занятиях, приобретение практических навыков самостоятельной работы.

Для достижения указанной цели были поставлены следующие задачи:

- ознакомление с общими сведениями о деятельности гостиницы;
- изучение учредительных документов, организационно-правовой формы и формы собственности гостиницы;
- изучение организационной структуры и взаимодействие подразделений;
- изучение основных задач и ознакомление с видами деятельности услуг гостиницы;

- анализ перспектив развития гостиницы;
- рассмотрение организационно-технологических аспектов деятельности гостиницы;
- анализ организации обслуживания клиентов в гостинице;
- рассмотрение социально-психологических особенностей гостиницы;
- изучение культуры предприятия;
- ознакомление с системой обеспечения безопасности в гостинице;
- формирование профессиональных компетенций в гостинице;
- анализ информационных технологий гостиницы;
- проведение анализа деятельности гостиницы и предложение мер по совершенствованию сервисной деятельности.

Методической и методологической основой данной работы являются специализированная литература, а также методические пособия и рекомендации по проведению исследований в сфере туризма и гостиничного бизнеса.

1 Общие сведения о деятельности предприятия

1.1 История создания и развития предприятия

Азимут Отель Владивосток – один из крупнейших отелей на Дальнем Востоке.

Отель расположен в центре города, недалеко от главных Приморских достопримечательностей, по адресу: ул. Набережная, 10

Отель находится в 10 минутах ходьбы от морского и железнодорожного вокзалов и в 50-ти минутах езды от аэропорта.

Был построен в 1975 году и носил название «Гостиница Владивосток».

После того, как сменилась управляющая компания и «Владивосток» вошел в известную российскую гостиничную сеть АЗИМУТ Сеть Отелей, в отеле произошли значительные изменения. Он увеличился в размерах, и теперь состоит из двух зданий – Владивосток и Амурский Залив. Кроме того, Гости смогли оценить удобство значительно расширенного набора услуг. Неизменным остался лишь потрясающий панорамный вид из окон Отеля на Амурский залив и его удобное расположение.

1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия

Учредительные документы – это пакет документов, который является юридической основой деятельности организации, определяет ее правовой статус.

Организационная структура гостиничного предприятия оказывает существенное влияние на характер отношений с клиентами и партнерами. Формы управления могут быть различными. Они отличаются пропорциями и содержанием функций, структурой и степенью централизации управления первоначально необходимо выбрать наиболее оптимальную организационно-правовую форму предприятия.

Организационно-правовая форма – это форма организации предпринимательской деятельности, закреплённая юридическим образом. Она определяет ответственность по обязательствам, право сделок от лица предприятия, структуру управления и другие особенности хозяйственной деятельности предприятий.

Предприятия, относящиеся к любым организационно-правовым формам, изготавливающие, отпускающие продукт или осуществляющие оказание услуг, обязаны обеспечить для потребителя возможность доступа к информационным данным о своем предприятии, о режиме работы, особенностях товаров, услуг.

О правах клиента на ознакомление с этими достоверными данными говорится в 8-й статье закона. Требуется разместить документы для потребительского стенда в заметном и легкодоступном месте.

Для потребительского стенда необходимо приготовить ряд обязательных документов:

- 1) свидетельство о госрегистрации;
- 2) лицензия;
- 3) перечень всех ведомств и органов;
- 4) закон РФ «О защите прав потребителей»;

Проверяющие органы обычно принимают печатное издание. Распечатки документов из Интернета к достоверным источникам не относят.

5) правила продажи отдельных видов товаров или Правила оказания услуг общественного питания (выбор определяет сфера деятельности предприятия);

6) книга отзывов.

В отеле структура нормативной документации делится на два вида: внешняя и внутренняя.

К внешним видам относятся: кодексы, законы, указ президента, ГОСТы, документы. К внутренним видам относятся: миссия гостиничного комплекса, которая заключается в создании комфортной среды для отдыха гостей, а также создает жизнь насыщенной и разнообразной.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура управления — совокупность отделов и служб, занимающихся построением и координацией функционирования системы управления, разработкой и реализацией управленческих решений.

Существуют несколько типов организационных структур управления предприятием:

- линейная;
- функциональная;
- линейно-функциональная;
- дивизиональная;
- матричная.

Организационную структуру отеля «Азимут Отель Владивосток» следует отнести к линейно-функциональному типу организации управления. Она основана на принципе построения и специализации управленческого процесса по функциональным подсистемам организации, как указано на рисунке 1.



Рисунок 1 - Организационно-управленческая структура отеля «Азимут Отель Владивосток»

Во главе Отеля стоит Генеральный директор Отеля, который находится в Отеле пять дней в неделю с 9-00 до 18-00.

В ночное время ответственным за Отель является Ночной менеджер, время работы которого - с 21-00 до 9-00.

Ежедневно, включая выходные и праздничные дни, ответственным за Отель является один из Руководителей Служб Отеля.

Дежурные менеджеры работают с 18-00 до 21-00 до прихода Ночного менеджера (график дежурства и телефон дежурного менеджера находится на доске объявлений у столовой).

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Отель AZIMUT во Владивостоке расположен в пешей доступности от морского и железнодорожного вокзалов. До аэропорта не более 30 минут езды, такси или трансфер вы можете заказать прямо в отеле. Также в AZIMUT Отель Владивосток есть собственная парковка и прокат автомобилей.

Рядом с отелем в центре Владивостока расположены основные культурные достопримечательности города.

Сеть отелей AZIMUT во Владивостоке представлена двумя гостиницами:

- Отель Амурский Залив 3*;
- AZIMUT Отель Владивосток 4*.

AZIMUT Отель Владивосток открыт после масштабной реновации в мае 2015, расположен на территории бизнес-центра AZIMUT и является самым вместительным отелем города (378 номеров различных категорий).

Все номера выполнены в концепции SMART – «умная планировка», стильный дизайн в спокойных тонах, удобные кровати и функциональное рабочее место. Все, что важно для полноценного отдыха или работы. Из окон многих номеров открывается вид на океан.

Дополнительными преимуществами отеля являются наличие современного спортивного зала, оборудованного тренажерами таких известных брендов, как Circle, Hoist, Foreman, бара и ресторана морской кухни PORT AVENUE, куда можно пригласить на ужин своих друзей или и деловых партнеров.

AZIMUT Отель Владивосток 4* - бизнес-отель во Владивостоке с широким спектром деловых услуг (бесплатный Wi-Fi, бизнес-корнер, трансферы, услуги визовой поддержки) и 4 залами- трансформерами для конференций и банкетов. Самый большой из них вмещает до 300 человек. Мы не только предоставим вам самое современное мультимедийное оснащение, но и поможем организовать деловое или частное мероприятие на высоком уровне, гарантируя индивидуальный подход.

1.5 Перспективы развития предприятия

В мае 2015 года после реновации открывается первый SMART-отель Дальнего Востока, самый крупный инвестиционный проект региона в 2014-2015 гг. – AZIMUT Отель Владивосток.

Отель становится также самым крупным в регионе – номерной фонд составляет 378 номеров нового поколения. Объем инвестиций в проект – более 1 млрд. рублей.

Премии и награды:

Лучший отель для конференций Дальнего Востока

Звезда Броневика (2016)

Лучший бизнес-отель Дальневосточного региона премии Business Traveller Russia and CIS

Awards 2016

Лучший бизнес-отель Дальневосточного федерального округа премии Business Traveller Russia and CIS Awards 2017

2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия

2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии

Технология обслуживания в сфере гостеприимства — это важный фактор, что обуславливает влияние на качество процесса обслуживания, на финансово-экономическую эффективность функционирования, процесс управления гостиничным предприятием.

Организация технологического процесса обслуживания в гостиницах является стандартной по этому типу предприятий, одновременно в каждом предприятии согласно размеров, структуры организации, категории, типа (ориентация на рыночный сегмент) технологический процесс характеризуется определенной идентичностью.

Характеристика номерного фонда:

«SMART СТАНДАРТ»

Современные номера 18 кв.м. с 1 большой или 2 отдельными кроватями, подходящие для всех категорий туристов

В номере: двуспальная кровать / 2 отдельные кровати, удобное рабочее место, мультимедиа-телефон, бесплатный Wi-Fi, кондиционер, телевизор, сейф, холодильник, ванная комната с душем Rainshower, фен, минеральная вода для каждого гостя, вид на город,

«Standard Twin» (стандарт, однокомнатный, с двумя кроватями).

«SMART ЛЮКС КЛУБНЫЙ ЭТАЖ»

В номере: широкая двуспальная кровать 2 дополнительных спальных места (дети до 12 лет - бесплатно), диван, журнальный стол, удобное рабочее место, кондиционер, мультимедиа-телефон, бесплатный Wi-Fi, телевизор, сейф, холодильник, ванная комната с душем Rainshower, фен, минеральная вода для каждого гостя, вид на море, завтрак Шведский стол: ежедневно с 07.00 до 11.00 на этаже – включён в стоимость проживания, ужин: ежедневно на этаже включенный в стоимость проживания, неограниченное питание на этаже в комфортной лаундж-зоне, алкогольные/ безалкогольные напитки и легкие закуски (снэк бар) в течение дня.

«SMART СУПЕРИОР»

Лаконичные современные номера 18 кв.м. с 1 большой или 2 отдельными кроватями, для гостей, которые ценят личное пространство и возможность плодотворно работать.

В номере: двуспальная кровать / 2 отдельные кровати, удобное рабочее место, кондиционер, мультимедиа-телефон, бесплатный Wi-Fi, телевизор, сейф, холодильник, ванная комната с ванной / душем Rainshower, фен, минеральная вода для каждого гостя, вид на море.

«SMART ЛЮКС»

Просторные двухкомнатные номера 36 кв.м., с уютной гостиной, лучший вариант для длительного пребывания.

В номере: широкая двуспальная кровать 2 дополнительных спальных места (дети до 12 лет - бесплатно), диван, журнальный стол, удобное рабочее место, кондиционер, мультимедиа- телефон, бесплатный Wi-Fi, телевизор, сейф, холодильник, ванная комната с душем Rainshower, фен, минеральная вода для каждого гостя, вид на море.

«SMART СУПЕРИОР КЛУБНЫЙ ЭТАЖ»

В номере: двуспальная кровать / 2 отдельные кровати, удобное рабочее место, кондиционер, мультимедиа-телефон, бесплатный Wi-Fi, телевизор, сейф, холодильник, ванная комната с ванной / душем Rainshower, фен, минеральная вода для каждого гостя, вид на море, завтрак Шведский стол: ежедневно с 07.00 до 11.00 на этаже – включён в стоимость проживания, ужин: ежедневно на этаже включенный в стоимость проживания, неограниченное питание на этаже в комфортной лаундж-зоне, алкогольные/ безалкогольные напитки и легкие закуски (снэк бар) в течение дня, глажка 1 рубашки / блузки в день заезда, халат, тапочки и набор эксклюзивных туалетных принадлежностей, бесплатная парковка при наличии парковочных мест.

«SMART СТАНДАРТ КЛУБНЫЙ ЭТАЖ»

В номере: двуспальная кровать / 2 отдельные кровати, удобное рабочее место, кондиционер, мульти-медиа-телефон, бесплатный Wi-Fi, телевизор, сейф, холодильник, ванная комната с ванной / душем Rainshower, фен, минеральная вода для каждого гостя, вид на город, завтрак Шведский стол: ежедневно с 07.00 до 11.00 на этаже – включён в стоимость проживания, ужин: ежедневно на этаже включенный в стоимость проживания, неограниченное питание на эта-же в комфортной лаундж-зоне, алкогольные/ безалкогольные напитки и легкие закуски (снэк бар) в течение дня, глажка 1 рубашки / блузки в день заезда, халат, тапочки и набор эксклюзивных туалетных принадлежностей, бесплатная парковка при наличии парковочных мест.

2.2 Социально-психологические особенности

предприятия Культура предприятия

Каждый руководитель отеля – стремится к тому, чтобы у гостя оставались на долгие годы самые лучшие впечатления от пребывания в отеле.

К важному фактору, влияющего на успех в гостиничном бизнесе можно отнести такой аспект, как культура предприятия, т.е. культура обслуживания, манера общения с клиентами и даже внутренний интерьер предприятия и т.д. По таким принципам строятся социально – психологические отношения в предприятии.

Обслуживание – это деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги. От подготовки к обслуживанию гостиничного работника и его профессиональности в процессе работы зависит настроение людей, пришедших в гостиницу, а также впечатление о предприятии.

Культура предприятия – это набор ценностей и убеждений, направляющий на определенные действия и поведения людей. На формирование культуры огромное влияние оказывает внешняя и внутренняя среда. Каждое предприятие имеет единственную и неповторимую культуру. Культура предприятия имеет определенную силу, которая характеризуется, прежде всего, ее объемом, уровнем ее восприятия членами организации и ясностью культуры для каждого. Сильная культура создает преимущества для предприятия.

Функции культуры предприятия «Азимут Отель Владивосток»:

- 1) формирование оригинального имиджа организации;
- 2) усиление вовлеченности персонала в дела организации и преданности ей;
- 3) культивирование чувства общности всех членов организации;
- 4) усиление системы социальной стабильности в организации, обеспечение стандартов поведения;
- 5) формирование и контроль формы поведения и восприятия, целесообразных с точки зрения данной организации.

Современные руководители и управляющие рассматривают культуру своей организации как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников и облегчать продуктивное общение между ними. Они стремятся создать собственную культуру для каждой организации так, чтобы все служащие понимали и придерживались ее.

3 Система обеспечения безопасности

Гостиница является местом отдыха и, как следствие, повышенного скопления людей. Безопасность гостей, персонала, а также защита информации, одна из важнейших проблем, которую должно решить руководство отеля. Администрация гостиницы берет на себя обязательства, не только обеспечить уют проживания и гарантии хорошего отдыха, но и безопасность людей, проживающих в гостиницах, их жизни, здоровья, имущества и т.д. Поэтому, необходим тщательнейший контроль по обеспечению безопасности гостиницы.

Любой гостинице и ее гостям угрожают кражи, ограбления, пожары, поджоги, массовые отравления, теракты, буйство гостей и халатность персонала, неисправности в работе различных систем и многое, многое другое. Поэтому любые меры, силы и средства, используемые для обеспечения безопасности гостиницы, не должны иметь устрашающего вида, но в то же время внушать постояльцу чувство личной безопасности и комфортности. О безопасности здесь заботятся двадцать четыре часа в сутки, и насколько эффективны современные методы зависит от квалифицированности персонала, технического обеспечения безопасности и т.п.

Создание комплекса безопасности гостиницы - один из тех случаев, когда система контроля доступа, охранно-пожарная сигнализация и система видеонаблюдения служат не только для охраны помещений, но и для контроля за постояльцами, посетителями и персоналом. Разумеется, и подходы к ее построению во многом отличаются от других объектов.

Обеспечение безопасности гостиницы осуществляется на основании следующих принципов:

- личная ответственность клиента за свою безопасность;
- ответственность администрации гостиницы за личную безопасность клиента и его имущество;
- ответственность администрации гостиницы за обеспечение безопасности служащих и имущество компании.

Создание комплексной интегрированной системы безопасности позволяет не только значительно повысить степень обеспечения безопасности здания и его обитателей, но и значительно повысить качество обслуживания клиентов, облегчить работу обслуживающего персонала.

4 Технология формирования профессиональных компетенций

ПК 1.1 Прием заказов на бронирование от потребителей

Бронирование – предварительный заказ мест и номеров в гостинице. С этого процесса начинается обслуживание гостей. Бронированием номеров занимаются менеджеры отдела бронирования или службы приема и размещения. Именно в эти подразделения поступают заявки на бронирование от клиентов.

Служба бронирования (резервирования) выполняет функции непосредственного сбыта гостиничного продукта, поэтому эффективность управления процессом бронирования сказывается на рентабельности отеля.

Процесс бронирования - это налаживание сотрудничества между уполномоченными работниками отеля и гостями, рассмотрение заказ мест и номеров в гостинице - именно с него начинают обслуживание гостей. Для осуществления этого процесса существуют различные технические средства - телефон, Интернет, почта, факс и т.д., но собственно от эффективной его организации зависит впечатление клиента об отеле. Поэтому оператор по бронированию обязательно должен иметь профессиональную подготовку, телемаркетинговые навыки общения, выявить выше профессионализм гостеприимства.

В процессе поиска клиент знакомится с несколькими отелями, выбирает лучший, поэтому агент по бронированию должен повлиять на его выбор, подчеркнуть преимущества в обслуживании именно этого отеля.

Отдел бронирования номеров (мест) в гостиницах действует как отдельная структурная звено управления, но чаще всего - в структуре службы приема и размещения. Возглавляет отдел менеджер. Он в основном находится на одном служебном уровне с главным администратором и подчиняется директору отдела обслуживания или директору отдела сбыта. Этот факт отмечает, что резервирование функционально связано со сбытом и влияет на управление доходами отеля.

ПК 1.2 Выполнение бронирования и ведения его документационного обеспечения

Подтверждение бронирования - резервирование, подтвержденное специальным уведомлением, высылаемым отелем клиенту. В ответ на запрос клиента в зависимости от наличия свободных мест гостиница делает бронирование и посылает подтверждение о бронировании, содержащее информацию об имени гостя, сроках проживания, категории номера, цене номера и дополнительных услугах, которые могут быть забронированы заранее.

Текст подтверждения бронирования должен быть отправлен клиенту на фирменном бланке, на котором указывается номер подтверждения заказа, должность и фамилия ответственного лица отдела бронирования, а также прочие реквизиты.

Подтверждение необходимо для того, чтобы гостиница всегда могла доказать, что заказчик был информирован об условиях бронирования в данном отеле.

Обычно конкретный номер не бронируется, а бронируется лишь категория номера, но если гость, особенно из числа постоянных или VIP-клиентов, предпочитает какой-либо конкретный номер, то его пожелание, как правило, учитывается. При бронировании на это необходимо обратить внимание и по возможности предоставить клиенту любимейший номер.

Каждой заявке присваивается номер. Гарантия бронирования осуществляется депозитом или кредитной карточкой. Служащий, принявший заявку, должен проверить историю клиента (если он уже останавливался в отеле) и по результатам сделать соответствующие отметки или даже отказать в бронировании.

При наличии свободных номеров клиенту высылают подтверждение (confirmation), которое содержит дату размещения, тип номера, число дней пребывания, номер заявки. Подтвержденным бронированием называют получение специального уведомления, высылаемого гостиницей клиенту. Для получения подтверждения о бронировании требуется, чтобы уведомление о нем поступило клиенту по почте или факсу. Гость может захватить уведомление с собой, чтобы проверить детали бронирования по прибытии в гостиницу.

ПК 1.3 Консультирование потребителей о применяемых способах бронирования

Существует три основных вида бронирования:

- 1) гарантированное бронирование;
- 2) негарантированное бронирование;
- 3) сверхбронирование.

Гарантированное бронирование предполагает, что номер в отеле будет держаться свободным до тех пор, пока клиент не придет заселяться. Таким образом, у туриста нет жестких ограничений во времени, и ему можно не спешить заселиться, чтобы не остаться без жилья. Правда, если у него случится форс-мажор, из-за которого он откажется от номера, то придется возместить издержки.

Негарантированное бронирование предполагает, что номер в отеле будет держаться свободным только до 18.00, и если к тому времени клиент в него не заселится, то бронь автоматически снимается.

Сверхбронирование – избыточное бронирование или перерезервирование – это маркетинговая политика гостиницы, когда бронирования мест в гостинице производятся сверх имеющихся в наличии, другими словами, – бронирование номеров без наличия реально свободных мест.

5 Выводы и предложения по совершенствованию деятельности предприятия

В наше время гостиничная индустрия представляет собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Все чаще мы становимся свидетелями того, как открываются новый ресторан или гостиница. Предприятия создаются, а через некоторое время часть из них не выдерживает конкуренции и выходит из бизнеса.

Азимут Отель Владивосток – один из крупнейших отелей на Дальнем Востоке. Отель расположен в центре города, недалеко от главных Приморских достопримечательностей. Отель находится в 10 минутах ходьбы от морского и железнодорожного вокзалов и в 50-ти минутах езды от аэропорта.

Азимут Отель Владивосток – это 607 номеров различных категорий в здании «Владивосток» и в здании «Амурский залив». Номера оснащены всем необходимыми оборудованием нужными гостю. Поддерживают порядок в номерах - служба содержания помещений, так как от них зависит чистота состояние и готовность номеров к заселению – они неотъемлемая часть организационной структуры отеля.

Несмотря на дальнейшее расположение отелей, друг от друга сотрудники с помощью коммуникационных технологий могут общаться между собой без затруднений, также каждый сотрудник получает заботу и внимание от компании.

Преимущества линейно-функциональной структуры отеля такие как: четкая система взаимных связей функций и подразделений, ясно выраженная ответственность, быстрая реакция исполнительных подразделений на прямые указания вышестоящих, позволяют сотрудникам отеля быстро и четко выполнять данную им работу, к тому же с полной ответственностью подходить к работе.

Прохождение практики по профилю специальности в отеле «Азимут Отель Владивосток» позволило достичь поставленных целей, а именно: приобретение практических навыков самостоятельной работы в основных функциональных подразделениях организации социально-культурного сервиса и туризма и закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения, а также получить практические навыки работы горничной. В целом приобретенные знания и опыт, отразятся на дальнейшей профессиональной деятельности.

Несмотря на очень большую занятость руководителя, все интересующие вопросы были разобраны и изучены на практике.

Во время практики был предоставлен полный доступ к необходимой документации, давалась исчерпывающая информация по всем интересующим вопросам. Было выявлено, что уровень обслуживания в отеле не так высок. Работая в службе содержания помещений, рассмотрено много номеров, состояние которых действительно оставляет желать лучшего.

Здание гостиницы, окрашенное в серые тона, выглядит не так выигрышно, как новостройки, расположенные неподалеку.

Для решения этих проблем необходим более жесткий контроль над работой служб, повышение квалификации сотрудников, а также замена оснащения номеров, бытовых помещений и холлов на более новое и качественное, косметический ремонт номеров. Также отелю и, в частности, ресторану необходимо больше грамотной рекламы: различные баннеры на улицах городов, по телевидению, распространение буклетов и листовок не только в самой гостинице, но и за ее пределами позволят увеличить число заинтересованных людей, и, как следствие, поток клиентов и гостей. Параллельно необходимо повышать уровень услуг и обслуживания.

Индивидуальное задание

Изучение структуры службы приема, размещения и выписки гостей

Служба приема и размещения является первым подразделением, с которым знакомятся гости, бронируя номера и приезжая в гостиницу. Впечатления, полученные от этого знакомства, во многом формируют отзывы гостей о качестве обслуживания в целом. Именно эту службу можно назвать лицом гостиницы, и во многом от нее зависит заполняемость, а, следовательно, и экономическая эффективность гостиницы.

Служба приема и размещения - это подразделение гостиницы, осуществляющее прием и регистрацию прибывающих гостей, их размещение в номера. Служба приема и размещения возглавляется менеджером по размещению.

Менеджер по размещению - ответственное лицо гостиницы, в задачи, которого входит руководство службой бронирования, бюро регистрации, портье, администраторами, бюро обслуживания, гардеробщиками, швейцарами, кладовщиками камеры хранения. Служба размещения оформляет проживание гостя.

Прием гостей осуществляется на основе документов прибывшего. Администратор согласовывает с гостем место проживания (категорию номера, его месторасположение и т.п.), предоставляемые услуги, срок проживания. Взимается оплата проживания. По завершению оформления на поселение выдается карта гостя и ключ от номера. Обслуживание гостей в период проживания сводится к продлению срока проживания, переводу гостя из одного номера в другой (в необходимых случаях), взиманию платы за проживание, организации предоставления дополнительных услуг по желанию клиента.

При оформлении выезда гостя предусматривается полный расчет с ним за оказанные услуги (с возвратом неиспользованного аванса), сдача клиентом номера и ключа.

В структуре службы приема и размещения принято выделять Front Desk (стойка приема и размещения, стойка администратора, портье, Reception) и Front Office. На стойке приема и размещения работают менеджеры приема и размещения (портье), ночные аудиторы, могут быть консьержи, но обычно имеется отдельная стойка консьержей. Стойка приема и размещения делится на три секции: секция регистрации; секция кассовых операций; секция информации и почты.

Функции службы приема и размещения:

- продажа номерного фонда, регистрация гостей и распределение гостевых номеров;
- обработка заказов на бронирование, когда в гостинице нет специального подразделения или когда оно закрыто;
- координация всех видов обслуживания клиентов;
- обеспечение гостей информацией о гостинице, местных достопримечательностях и любой другой интересующей гостя информацией;
- обеспечение руководства гостиницы точными данными об использовании номерного фонда (отчет о статусе номеров);
- подготовка и выдача платежных документов (счетов) за предоставленные услуги и осуществление окончательных расчетов с клиентами.

Служба портье осуществляет контроль над номерным фондом гостиницы, ведя картотеку занятости номеров и наличия свободных мест, и выполняет функции информационного центра. Информация через службу портье движется в двух направлениях: к гостям (информирование о видах обслуживания, предоставляемых гостиницей, о местных достопримечательностях, о работе городского транспорта и др.) и в различные подразделения гостиничного предприятия (о потребностях клиентов).

При регистрации и оформлении выезда производятся расчеты за проживание в гостинице и дополнительные услуги. При выписке проверяют счет гостя, уточняют все его расходы за время проживания и принимают оплату. Очень важен контроль за выездом, чтобы не допустить отъезда гостей, которые не заплатили по счету.

Служба приема и размещения - первая служба, с которой контактирует клиент гостиницы. От нее во многом зависит отношение гостя ко всей организации. Поэтому к службе приема и размещения обязательно предъявляются следующие требования.

Во-первых, служба приема и размещения должна быть расположена в непосредственной близости от входа в гостиницу. Если вестибюль гостиницы весьма большой, то он должен быть оборудован соответствующими указателями или клиентов должен встречать персонал отеля. Стойка «ресепшн» должна быть удобна для клиентов и снабжена различными информационными материалами и указателями.

Во-вторых, стойка регистрации клиентов должны быть чистой и свободной от посторонних предметов. Она должна иметь четкое функциональное зонирование - информация для клиентов не должна смешиваться с информационными материалами персонала отеля. Оборудование и информация для персонала отеля должна быть укрыта от клиентов.

В-третьих, сотрудники службы приема и размещения должны быть опрятно одетыми, иметь безупречный внешний вид. Персонал приема и размещения должен вести себя подобающим образом и быть максимально открытым и доброжелательным. С гостями следует разговаривать только стоя. И самое главное - нельзя заставлять людей ждать. К примеру, признаком дурного тона является одновременное обслуживание клиента и общение по телефону.

Таким образом, выявлено, что основными функциями службы приема и размещения являются: бронирование мест в гостинице, регистрация и размещение туристов, оформление расчетов при выезде гостя, предоставление различной справочной информации.

Заключение

Сеть Отелей АЗИМУТ очень быстроразвивающаяся и подающая надежды организация. Несмотря на неблагоприятную ситуацию на мировых рынках не повлияла на планы компании представить бренд «АЗИМУТ Сеть Отелей в Европе. Развитие «АЗИМУТ Сеть Отелей» в мультинациональном аспекте увеличивает общую капитализацию бренда. Первый отель сети AZIMUT Hotels открылся осенью 2008 года. Это отель категории 4* с фондом 167 номеров получил название AZIMUT Hotel Munich City East. Мюнхен – крупнейший деловой и культурный центр в Германии, поэтому именно он был выбран в качестве стартового города для выхода бренда «АЗИМУТ» на европейский рынок.

AZIMUT Hotels Company Europe – управляет отелями «АЗИМУТ Сеть Отелей» в Европе. Сеть включает 22 отеля уровня 3-4*, располагающихся в 17 городах в трех странах Европейского союза (Австрия, Германия, Чехия). Номерной фонд сети составляет 1875 номеров.

В активе компании 8 проектов отелей бизнес-класса на разных стадиях девелопмента. Общий номерной фонд сети после запуска девелоперских проектов в 2009-2010 году составит более 3000 номеров. AZIMUT Hotels Company Europe управляет гостиницами, находящимися в собственности, на основании контракта на управление и на правах долгосрочной аренды.

«АЗИМУТ Сеть Отелей» - быстрорастущая сеть отелей России, которая занимает одну из лидирующих позиций на российском гостиничном рынке, наряду с сетью отелей Интурист и Амакс. Несмотря на мировой финансовый кризис, оборот сети Азимут за 2008 год увеличился на 10 % и составил почти полтора миллиарда рублей.[7]

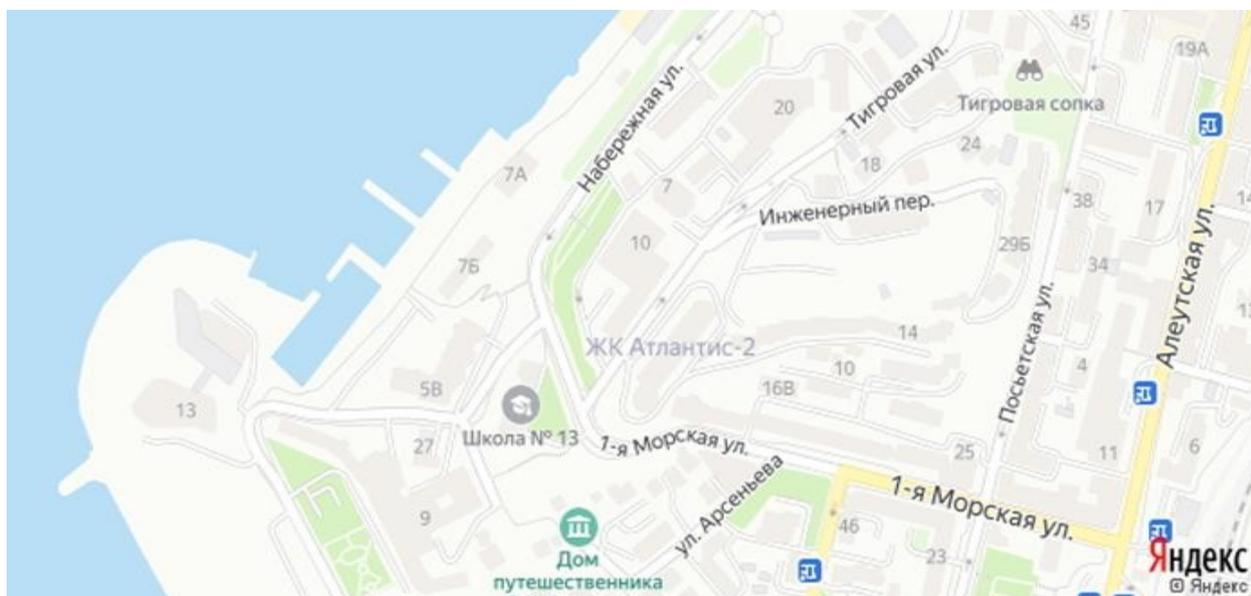
Приведенные выше факты подтверждает то, что сеть Отелей АЗИМУТ очень перспективна на данном этапе и, обязательно будет развиваться быстрыми темпами в будущем, ведь компания не останавливается на достигнутом, совершенствуя свои технологии и продвигая свой бренд.

В частности, гостиница «Владивосток», конечно, не достигла наивысшего уровня, но стремиться достичь его, она постоянно совершенствует свои технологии и интенсивно работает над своим брендом. Ведь уже сейчас гостиница принимает многих иностранных туристов и VIP клиентов. Для коллектива гостиницы «Владивосток» самым важным является создание комфорта, который необходим для гостя и все свои силы направлены на устранение недочетов и стремлении к совершенству.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 ООО «Азимут Отель Владивосток» [сайт].–URL: <https://azimuthotels.com/Russia/azimut-hotel-vladivostok/>
- 2 Тимохина Т.Л., Организация приема и обслуживания туристов: учебник для студентов вузов / Т. Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. – 352 с. 3 Уокер Дж. Введение в гостеприимство: Учебник для вузов / Д. Уокер; Пер. с англ. В.Н.Егорова. - 2-е изд. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. – 595с.: ил.
- 4 ООО "ДЖИ1 ИНТЕРТЕЙНМЕНТ" [сайт]. – URL: <https://adposium.ru/ooo-dzhi1-intertejment-1102502002239>
- 5 Арбузова Н.Ю., Технология и организация гостиничных услуг: учеб. пособие для студентов вузов / Н. Ю. Арбузова. - 2-е изд., испр. - М. : Академия, 2011. - 224 с.
- 6 Служба бронирования. Организация и технология обслуживания гостей [сайт]. – URL: https://studbooks.net/17322/turizm/sluzhba_bronirovaniya_organizatsiya_tehnologiya_obslyzhivaniya_gostey

Приложение А Месторасположение Гостиничного комплекса
«Азимут Отель Владивосток»



Приложение Б Главный вход Гостиничного комплекса
«Азимут Отель Владивосток»



Приложение В Номера Гостиничного комплекса «Азимут Отель
Владивосток»



Рисунок В.1 – Номер категория «SMART СТАНДАРТ»

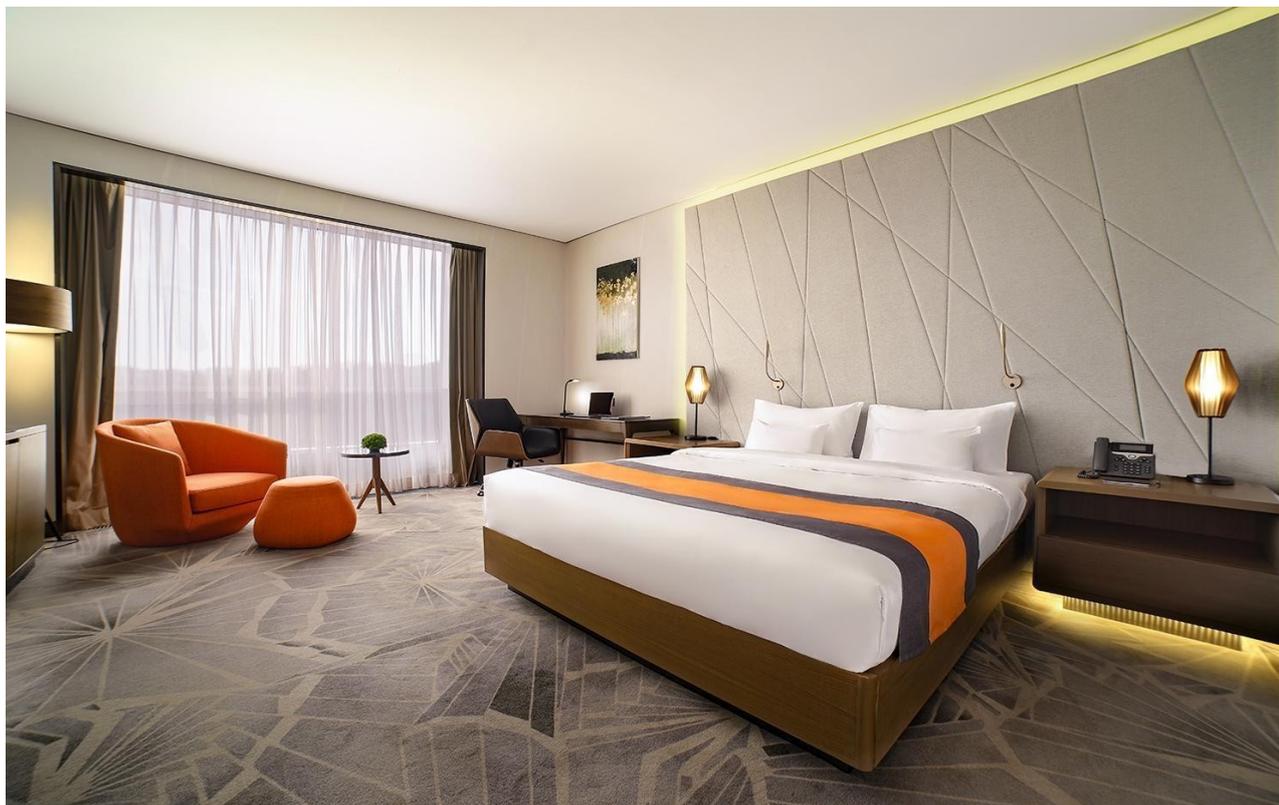


Рисунок В.2 – Номер категории «SMART ЛЮКС КЛУБНЫЙ ЭТАЖ»



Рисунок В.3 – Номер категории «SMART СУПЕРИОР»



Рисунок В.4 – Номер категории «SMART ЛЮКС»

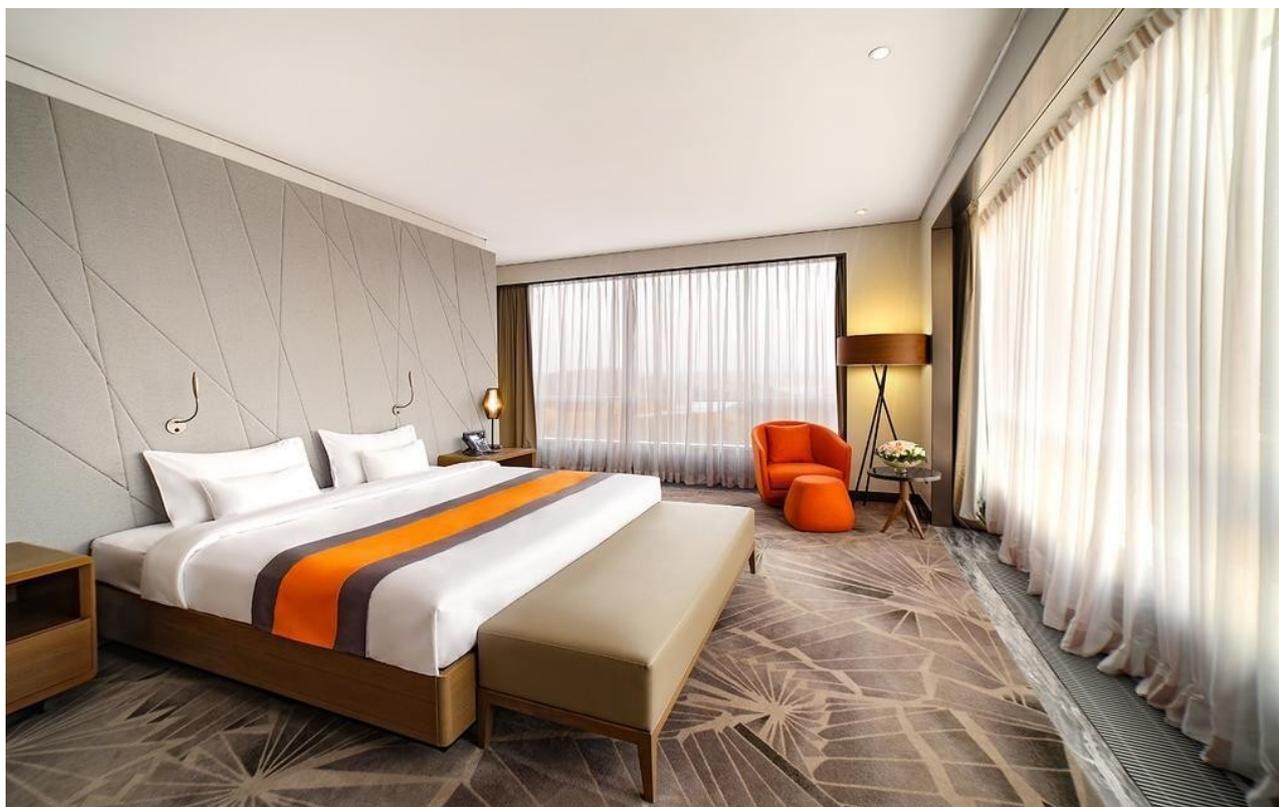


Рисунок В.5 – Номер категории «SMART СУПЕРИОР КЛУБНЫЙ ЭТАЖ»

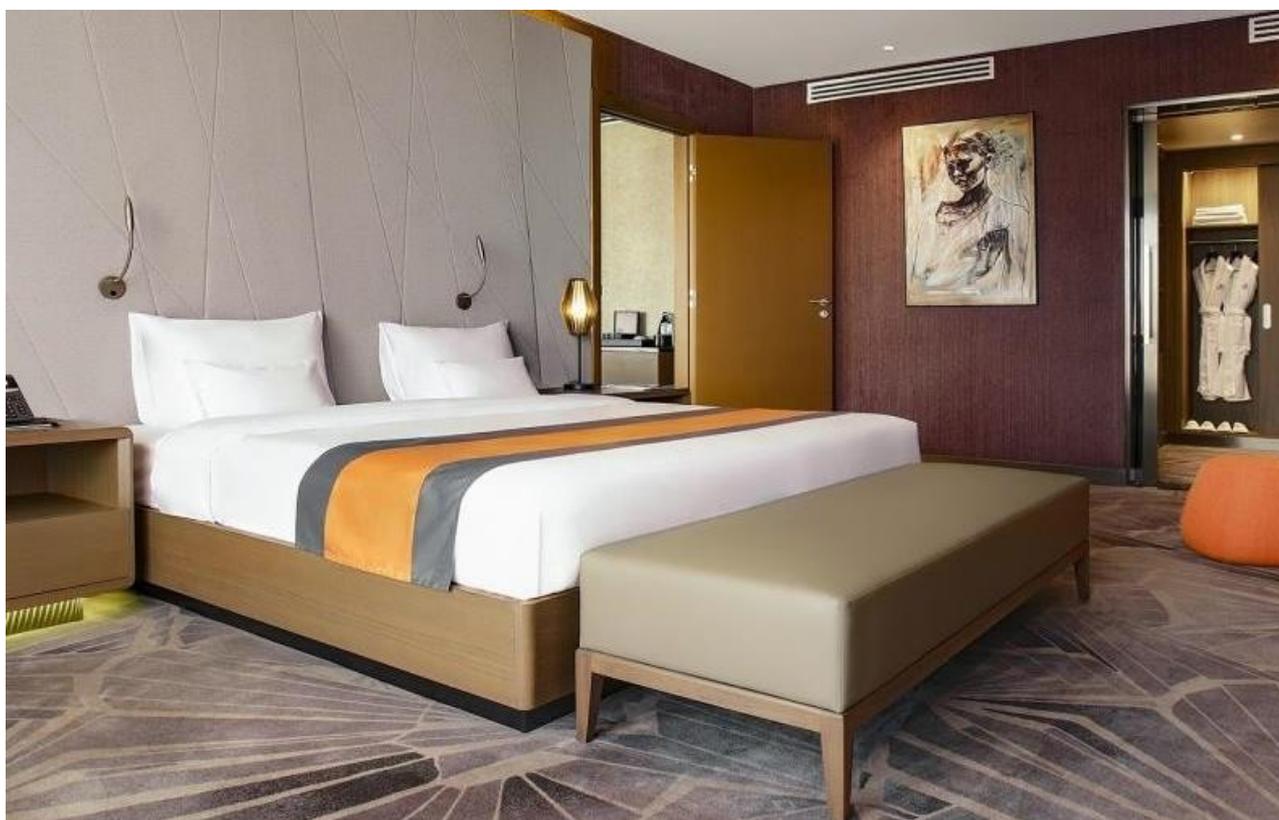


Рисунок В.6 – Номер категории «SMART СТАНДАРТ КЛУБНЫЙ ЭТАЖ»