

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет туризма и гостиничного сервиса
Кафедра туризма и гостеприимства

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
КОНФЕРЕНЦ-УСЛУГ В ОТЕЛЕ**

*Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.03 – Гостиничное дело*

Исполнитель:
Аминова Илона
Ринатовна,
студентка группы ГГ-41

_____ 2016 г.
«__» _____

Допущена к защите
зав. кафедрой туризма
и гостеприимства
А.И. Фишелева

_____ 2016 г.
«__» _____

Научный руководитель:
Радыгина Е. Г.,
канд. пед. наук

_____ 2016 г.
«__» _____

Екатеринбург 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ КОНФЕРЕНЦ-УСЛУГ В ОТЕЛЕ	7
1.1. Понятие конференц-услуги и ее место в комплексе дополнительных услуг отеля.....	7
1.2. Технология предоставления конференц-услуг в отеле.....	13
ГЛАВА 2. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ КОНФЕРЕНЦ-УСЛУГ В ОТЕЛЕ «ВЫСОЦКИЙ».....	23
2.1. Анализ предоставления конференц-услуг в отеле «Высоцкий»	Ошибка! Закладка не определена.
2.2. Программа совершенствования конференц-услуг в отеле «Высоцкий»	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	23
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	28
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 Анкета	31
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 Чек-лист оценки проведения и организации конференций в отеле.....	34

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Быстрое развитие российского и международного бизнеса так или иначе требует постоянных командировок. В связи с этим активное развитие в последнее десятилетие в России получил деловой туризм. В современной экономике MICE-индустрия (MICE — meetings, incentives, conferences, exhibitions — встречи, инсентивы, конференции, выставки) занимает все более существенное место, оказывая воздействие на доходы бюджетов городов, развитие бизнеса, повышение инвестиционной привлекательности территорий, создание рабочих мест, социально-культурное развитие общества и многое другое. Значение этого сегмента рынка подтверждается тем, что 60% мирового туризма приходится именно на индустрию встреч. От 55% до 60% мест в отелях по всему миру заполняется как раз за счет деловых поездок.

В России ежегодный объем рынка делового туризма составляет около \$1,5 млрд.долл. Несмотря на то, что благодаря историческим традициям и относительно развитой деловой инфраструктуре лидерами на российском рынке встреч традиционно являются Москва и Санкт-Петербург, активное развитие конгрессной деятельности происходит и в региональных центрах России. Екатеринбург, учитывая современные тенденции рынка встреч города, имеет все предпосылки для становления как национальный и международный конгресс-центр.

Современные тенденции развития Екатеринбурга позволяют говорить об изменении его роли в региональной и национальной экономике. Долгое время город воспринимался как промышленный центр России, в котором концентрировались промышленные производства и связанные с ними сферы деятельности. Но на протяжении последнего десятилетия наиболее интенсивно развиваются сферы деятельности, которые исполняют коммуникативные и обслуживающие функции — образование, банковско-финансовые учреждения и страховые компании, телевидение и

телекоммуникации, печатные средства массовой информации, реклама, продюсерские, торговые, посреднические и снабженческо-сбытовые организации, индустрия досуга, отдыха и развлечений, гостиничное дело, производство «ноу-хау», перевозки всеми видами транспорта, складское хозяйство. Одна из наиболее важных характеристик Екатеринбурга заключается в том, что он расположен практически в центре страны, на границе Европы и Азии. Город разделяет территории с различными природно-географическими условиями и одновременно соединяет пять различных экономических районов. Уникальность положения города заключается в том, что он выступает в качестве связующего звена между западными, северными, восточными, юго-восточными и южными регионами страны. На окружающие Екатеринбург территории приходится более 60% от общего объема ввозимых и 40% вывозимых грузов.

Говоря о деловом туризме и гостиничном бизнесе выделяются отели, имеющие 4 и 5 звезд, таких отелей в городе Екатеринбург около 20. К отелям категории 5 звезд относятся отели «Высоцкий», «Атриум Палас Отель» и «Хаятт Ридженси Екатеринбург» - первый отель класса люкс международной гостиничной сети Hyatt International. Гостиницы четырех звезд: «Novotel Екатеринбург Центр», «Рамада», «Ричмонд», «Урал отель» и другие. Единственным минусом является концентрированность этих комплексов в центре города, так например гостям Екатеринбурга, прилетевшим из других городов, было бы гораздо комфортнее разместиться в отелях бизнес класса в районе аэропорта Кольцово, нежели добираться до центра города. Данные гостиничные комплексы, также включают в свои услуги и предоставление конференц-залов для переговоров. Поэтому конкурентоспособность гостиничных комплексов, предоставляющих свои конференц-услуги для деловых гостей, очень высока.

Внедрение конференц-услуг для отеля актуально тем, что тенденция развития рынка конференц-услуг за последние 2 года показала значительный рост спроса на эти услуги. Ежегодный рост загрузки занятости конференц-

залов в гостиницах отмечают все специалисты гостиничной отрасли. За прошедшие несколько лет сформировался стабильный рынок потребителей конференц-услуг. Это и российские тренинговые компании, и крупные фирмы, и общественные организации, фонды. Сложившиеся условия показывают, что конференц-зал в гостинице это не только дополнительная к проживанию услуга для клиентов, но и весьма доходная статья бюджета гостиницы.

Однако зачастую случаются **противоречия** между запросами гостей по отношению качества, цены и сроков предоставления конференц-услуг в отеле, с возможностями гостиниц удовлетворить данные запросы. Таким образом, возникает **проблема** качественного предоставления и обслуживания со стороны гостиниц предлагающих свои конференц-услуги гостям.

Объектом работы является конференц-услуга как дополнительная услуга отеля.

Предметом исследования является технология предоставления конференц-услуг в отеле «Высоцкий»

Цель – рассмотреть основные направления совершенствования конференц-услуг в отеле "Высоцкий".

Для достижения цели были выдвинуты следующие **задачи**:

- Рассмотреть понятие конференц-услуги и ее место в комплексе дополнительных услуг отеля;
- Рассмотреть характеристики и структуру конференц – услуги;
- Изучить технологию предоставления конференц – услуг в отеле;
- Сделать анализ характеристик отеля «Высоцкий»;
- Провести анализ конференц-услуг в отеле «Высоцкий»;
- Разработать программу совершенствования предоставления конференц-услуг в отеле «Высоцкий».

Для решения данной проблемы были использованы теоретические методы исследования: теоретическое исследование понятия конференц-услуг в отеле, анализ гостиничного рынка города Екатеринбурга, анализ элементов

предоставления конференц-услуг, а так же эмпирические методы: наблюдение, сравнение и анкетирование гостей конференций в отеле «Высоцкий».

Исследование конференц-услуг основано на работах Н.Ю.Арбузовой, М.А.Ёхиной, А.С.Кусков, Т.Л.Тимохиной и Д.Уокера.

Структура работы: введение, две главы, заключение. Во введении обозначены актуальность, объект и предмет исследования, цели и задачи выпускной квалификационной работы. В первой главе рассматриваются особенности предоставления конференц-услуг в отеле. Во второй главе проводится анализ и разработка программы по совершенствованию предоставления конференц-услуг. В заключении делаются выводы по первой и второй главе. В приложении 1 представлена анкета. В приложении 2 представлен чек-лист оценки проведения и организации конференции.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ КОНФЕРЕНЦ-УСЛУГ В ОТЕЛЕ

1.1. Понятие конференц-услуги и ее место в комплексе дополнительных услуг отеля

Услуги, которые предоставляются гостю, во многом определяются тем, насколько гостиница будет иметь постоянный доход и, соответственно, возможность расширение гостиничного бизнеса.

Существуют разнообразные понятия услуги. В узком смысле услуга – это действие, приносящее пользу, помощь другому [3].

В широком смысле услуга – это результат, достигаемый при непосредственном взаимодействии исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя [3].

Услуга – это нематериальная вещь, и, следовательно, ее нельзя измерить, а можно только оценить.

Гостиничная услуга состоит из:

- 1) услуги предоставления специального помещения, которое можно использовать для удовлетворения своих нужд;
- 2) услуг, которые предоставляет персонал гостиницы (уборка номера, оформление клиента, питание) [3].

Кроме обязательных и бесплатных услуг, гостиницы предоставляют целый комплекс всевозможных дополнительных услуг, которые оплачиваются дополнительно.

История возникновения дополнительных услуг в гостиничном бизнесе уходит далеко в древность. С возрастанием и различием человеческих потребностей расширялась и совершенствовалась система дополнительных услуг. Этот процесс происходит и в настоящее время.

Разновидность и многообразность в перечне предоставляемых дополнительных гостиничных услуг позволяет гостиницам одерживать победу в сложной конкурентной борьбе на рынке гостиничного бизнеса.

Большинство современных гостиниц – это развитые комплексы, предлагающие потребителям разнообразные услуги. Ассортимент услуг для средств размещения разных категорий приведен в «Системе классификации гостиниц и других средств размещения» [3].

Как правило, организация дополнительных услуг предполагает создание самостоятельных служб для каждого их вида.

Материально-техническое обеспечение гостиницы, перечень и качество предоставляемых услуг должны соответствовать требованиям присвоенной им категории. Гостиницы, производящие самостоятельно дополнительные услуги, соответственно располагают многочисленным и разнообразным по профессиям персоналом.

Дополнительные услуги делятся на платные и бесплатные, к последним относят предоставление кипятка, ниток, иголок, одного комплекта посуды и столовых приборов; побудку в назначенное время; вызов скорой помощи; пользование медицинской аптечкой; доставку в номер корреспонденции [3].

Платные дополнительные услуги можно разделить на несколько видов:

- На коммунально-бытовые (стирка, химчистка, глажение и мелкий ремонт одежды, чистка и ремонт обуви, часов, чемоданов, снаряжения, хранение багажа, ценностей в сейфе администрации, индивидуальных сейфах);
- Посреднические (бронирование мест в ресторанах, билетов на различные виды транспорта, вызов такси, заказ билетов в театры, кинотеатры и др.);
- Экскурсионные;
- Спортивно-оздоровительные;
- Питания;
- Медицинские;

- Почтовые;
- Бизнес-услуги.

Объем предоставления дополнительных услуг зависит от категории, назначения, спецификой, вместимостью гостиничного предприятия. Гостиницы высшей категории должны предоставлять гостям, следующие дополнительные услуги: бизнес-центр, бюро обслуживания, оздоровительный центр, услуги по предоставлению автотранспорта и т.д., которые помогают формировать благоприятные условия для работы, проживания и отдыха гостей.

Многие отели предоставляют места для проведения разнообразных мероприятий, таких как научные конференции, симпозиумов, семинаров, выставок и т.д. Но весь перечень возможностей для проведения конференций и конгрессов есть только в конференц-центрах. В большинстве конференц-центров предлагается ночлег на 1 ночь. Так как конференции имеют локальный характер, главная задача конференц-центра состоит в том, чтобы обеспечить все необходимое техническое оборудование для конференции: вспомогательное аудио- и видеооборудование, бизнес-центры, комфортабельную мебель и т. д. Конференц-центры, как правило, располагаются в столицах, в них имеются большие возможности для отдыха: площадки для гольфа, открытые и закрытые бассейны, тренажерные залы, водные процедуры, спортивные площадки для занятий легкой атлетикой и т. д. [10].

За все услуги конференц-центра с участников берется одна цена, включающая стоимость номера, питания, использования залов, технического обеспечения и связанных с этим других услуг.

Конференц-услуги (конференц-сервис) – это комплекс дополнительных услуг по организации конференции и всех сопутствующих моментов, а также услуги по техническому сопровождению мероприятия, которые оказывают фирмы-организаторы или арендодатель конференц-зала [10].

Прежде всего, попробуем отразить правовой статус конференц-зала, в соответствии с требованиями законодательства.

Конференц-зал – нежилое помещение, предназначенное для проведения публичных мероприятий, а также для показа, прослушивания и просмотра аудио-, видеопродукции, предоставляемое вместе с хозяйственным инвентарем, необходимым для использования по целевому назначению. Требования Государственного противопожарного надзора предусматривают, что помещения, предназначенные для эксплуатации конференц-залов (нежилые помещения) должны находиться отдельно от жилых помещений. Также гостиницей должна быть предусмотрена возможность беспрепятственной эвакуации в случае чрезвычайных ситуаций, а в самом конференц-зале должны находиться первичные средства защиты от пожара и план выхода. В соответствии с санитарно-эпидемиологическими нормативами в помещениях конференц-залов должна поддерживаться температура не менее +18 С° с относительной влажностью от 60 до 80%, с комбинированным искусственным и естественным освещением [11]. Несоблюдение указанных требований может повлечь за собой административную ответственность по ст. 6.3. Кодекса об административных правонарушениях (нарушение санитарно-эпидемиологических требований к эксплуатации жилых помещений и общественных помещений, зданий, сооружений и транспорта) и влечет за собой наложение штрафа на должностных лиц до 30 МРОТ, а на юридическое лицо до 200 МРОТ) [1] [2].

Однако, если использовать более упрощенную формулировку, то современный конференц-зал, или конгресс-холл, — это многофункциональное помещение, предназначенное для конференций, совещаний, презентаций, торжественных и концертных мероприятий, уровень проведения которых и достигаемый в итоге эффект во многом определяются применяемыми техническими средствами. Именно поэтому концепция оснащения зала и выбранные для него технические решения

должны обеспечить максимальный комфорт и функциональность для всех пользователей: и докладчиков, и членов президиума, и зрителей.

Современный конференц-зал представляет комплекс технических средств:

- система отображения информации;
- конференцсистема с синхронным переводом;
- система озвучивания;
- система видеоконференцсвязи;
- система документирования;
- система коммутации;
- система интегрированного управления;
- вспомогательные системы.

Конференц-зал, отвечающий самым высоким функциональным и техническим требованиям, концептуально обладает рядом возможностей:

- отображение информации высокого разрешения в превосходном качестве с помощью оптимально подобранных средств отображения;
- многооконный вывод информации от разнородных источников на основные и вспомогательные средства отображения;
- возможность самостоятельного управления презентацией и графического комментирования материалов выступающим с трибуны докладчиком;
- проведение международных конференций с синхронным переводом;
- организацию сеансов видеоконференцсвязи и телемостов;
- звукоусиление речи и аудиоисточников;
- документирование проводимых в зале мероприятий и создание системы электронного архива;
- удобное управление комплексом через единый интуитивно понятный интерфейс.

Для комфортного и адекватного восприятия визуальной информации присутствующими в зале применяемые для ее воспроизведения технические средства должны соответствовать размерам помещения, количеству зрителей и характеру демонстрируемого материала.

В большинстве случаев предпочтительно использовать систему прямой проекции с широкоформатным экраном и проектором с высоким световым потоком. В зависимости от конфигурации помещения иногда целесообразно применение системы обратной проекции, видеостены или нескольких проекторов и экранов.

В состав системы отображения информации также должны входить средства воспроизведения видео- и графических информационных материалов. Если предполагается демонстрация киноматериалов, зал нужно дооснастить цифровой кинопроекционной аппаратурой.

Удобным инструментом для работы докладчика являются интерактивные дисплеи, устанавливаемые непосредственно на трибуне или на столе президиума. С помощью такого дисплея докладчик может самостоятельно управлять презентацией, а также оставлять графические комментарии по ходу выступления.

Основное и безусловное требование к системе озвучивания — одинаково четкое и разборчивое воспроизведение речевой информации во всех уголках зала. Проведение конференций значительно упрощают конференц-системы с поддержкой различных функций: регистрации участников, синхроперевода, голосования и т. д.

Концертные и развлекательные мероприятия, как правило, требуют применения мощных средств звукоусиления с широкими возможностями подключения внешних источников сигналов.

Для воспроизведения видео- и кинофильмов с многоканальным звуковым сопровождением потребуются процессоры декодирования соответствующих сигналов и акустические системы звукового окружения, размещенные согласно рекомендациям производителей и разработчиков.

В конференц-зале могут потребоваться и средства видеосъемки.

В зависимости от того, в каких целях она применяется (простое документирование событий, видеотрансляция мероприятия, архивная запись, художественная съемка), необходимый набор оборудования может варьироваться от стационарной видеокамеры с небольшим разрешением и устройства видеозаписи до аппаратно – студийного комплекса с несколькими профессиональными видеокамерами и станциями нелинейного видеомонтажа.

В состав видеооборудования могут также входить приборы для организации видеоконференций: терминалы видеоконференцсвязи и видеосерверы.

Коммутационное оборудование предназначено для объединения оборудования в целостную функционально гибкую систему и подключения дополнительных источников видео- и звукового сигналов.

Коммутационное оборудование — это коммутаторы, переключатели, интерфейсы и коммутационные боксы, а также соединительные кабели. Современные решения предполагают коммутацию в цифровых стандартах и передачу видео- и аудиосигналов по оптоволоконным линиям. В этом случае обеспечивается наибольшая помехозащищенность и стабильность качества сигналов.

Таким образом, современный конференц-зал – это многофункциональное помещение, предназначенное для конференций, совещаний, презентаций, торжественных и концертных мероприятий, уровень проведения которых и достигаемый в итоге эффект во многом определяются применяемыми техническими средствами.

1.2. Технология предоставления конференц-услуг в отеле

Конференц-пакет – это заранее сформированный комплекс услуг, упрощающий заказ и организацию конференций. В зависимости от места

проведения он может включать в себя ту или иную совокупность услуг, среди которых аренда конференц-зала, звуковое, световое и видеоборудование, Интернет, канцелярские принадлежности, услуги переводчиков, организация обедов, фуршетов и кофе-брейков, в некоторых случаях проживание в гостинице и т. д. Конференц-пакет помогает приблизительно рассчитать бюджет всего мероприятия. Если в гостинице есть несколько конференц-залов, цена пакетов или отдельных услуг может варьироваться в зависимости от классности и площади помещений [9].

Формирование конференц-пакета носит стандартный характер, но каждый отель старается внести какие-то свои характерные черты, тем самым привлекая клиента. К стандартной части относится: аренда зала, два – три кофе-брейка в течение дня и ланч. Сюда же можно отнести блокноты, ручки и минеральную воду, которые тоже предоставляется отелем в рамках конференц-пакета. Характерной чертой можно назвать условия предоставления конференц-пакета, например, минимальное количество гостей – участников мероприятия. Иногда в дополнительных предложениях в конференц-пакетах, включены завершающий бокал шампанского (или коктейль) и варианты оборудования (флипчарты, микрофоны, проекторы, экраны). Однако все эти составляющие складываются в цену конференц-пакета, которая и является для клиента на сегодняшний день одним из решающих факторов при выборе конференц-зала для проведения мероприятия, поэтому самый привлекательный минимальный конференц-пакет будет включать в себя аренду зала, два кофе-брейка и ланч.

Основные требования к содержанию запроса – это указание дат начала и окончания конференции и числа участников, а также перечня услуг.

Для того, чтобы определить, какой из типов конференц-залов необходимо выбрать для проведения мероприятия, нужно сначала определиться, какие основные задачи будет выполнять оборудование в этом конкретном конференц-зале. Концепция оснащения конференц-зала выстраивается в зависимости от основной задачи, которая выбирается среди

остальных. Несмотря на попытки классификации, каждый конференц-зал является уникальным и практически неповторимым по своему функционалу и наполненности оборудованием.

Можно выделить несколько основных задач, которые выполняют конференц-залы:

– Проведение в конференц-зале голосового совещания, заседания, обмена мнениями. В данном случае важно обеспечить высококачественный звук и высокую разборчивость речи говорящих людей в конференц-залах. Это может быть как локальное звуковое оборудование (например, звуковые динамики пультов конференц-системы или наушники), так и системы озвучивания конференц-зала, как единого целого (например, системы громкоговорителей настенных или потолочных и радиомикрофонные системы).

– Проведение в конференц-залах выступления докладчика с показом презентаций и видеороликов. В данных случаях конференц-залы имеют специально подготовленные места для удобной работы докладчика. Подготовленное место должно иметь микрофоны для выступающего, разъемы, дающие возможность быстрого подключения ноутбука или иных носителей видеoinформации.

– Проведение в конференц-зале мероприятий с организацией удаленных аудиоконференций и видеоконференций. В конференц-залы таких типов устанавливается оборудование для проведения удаленных конференций. Это могут быть настольные микрофоны, поворотные видео камеры, специальные серверы и кодеки для организаций видеоконференций (то есть удаленной связи данного конференц-зала с каким-нибудь из необходимых абонентов). Часто для видеоконференции используется и имеющееся в зале оборудование, которое решает другие задачи (например, проекторы могут выводить на большой экран конференц-зала изображение абонента, с которым установлена связь, а поворотные камеры

специализированной системы технологического телевидения дополнять камеры видеоконференцсвязи.

– Многофункциональные конференц-залы. Обычно так называют залы, в которых очень сложно выявить одну из преобладающих задач, которые выполняет оборудование этого конференц-зала. Такие конференц-залы могут использоваться и для проведения обычных голосовых совещаний, и для прослушивания докладчика с одновременным просмотром видеоматериалов, и для организации видеоконференций.

Исходя из данной информации, составляется предварительная смета расходов на проведение конференции и определяется бюджет, если он не был задан заранее. Но, как правило, Заказчик планирует бюджет еще на стадии принятия решения об организации конференции. Поэтому в основном смета расходов составляется исходя из бюджета. В первую очередь необходимо подобрать место проведения конференции, которое обеспечит комфортное размещение участников, исходя из требуемого плана расстановки столов и кресел (плана рассадки). Место проведения конференции должно также соответствовать и иметь возможности для подключения и эксплуатации оборудования и технического оснащения, необходимого для организации конференции. После этого осуществляется подбор конкретного оборудования, исходя из его функциональных требований с учетом требований качества и бюджета.

Также, исходя из бюджета, осуществляется выбор меню кофе-брейков, ланчей и всех иных услуг, необходимых для организации и проведения конференции.

С целью гарантированного обеспечения участников конференции номерами в гостиницах, осуществляется предварительное бронирование. Подбор средств размещения для иностранных или иногородних участников конференции осуществляется на основании бюджета, в случае если оплату за размещение осуществляет непосредственно Заказчик. В случае, если участники конференции осуществляют оплату за свое размещение

самостоятельно, подбор средств размещения осуществляется на основании их предварительных требований, как правило, на альтернативной основе.

Весь процесс конференции условно можно разделить на три этапа: бронирование, подготовка и процесс проведения. При бронировании онлайн –первичную заявку гость может прислать по e-mail, по факсу либо сообщить о своем желании звонком; однако бронирование онлайн конференц-залов в большинстве случаев не практикуется, т.к. есть много текущих вопросов, которые невозможно предусмотреть в рамках стандартного формата заявки в электронном виде.

Номинально упрощенное бронирование онлайн – есть на сайтах отелей, где размещена вся информация о вместимости залов, план их расположения, варианты рассадки гостей, меню; там же есть возможность быстро оставить онлайн-заявку с пожеланиями. Однако это только самое начало совместной работы. Бронирование онлайн не всегда удобно потому, что далеко не всегда клиент сразу хорошо представляет, что именно ему нужно, тем более если обращается впервые, и с конференц-залами не знаком. И задача менеджера корпоративных продаж или сотрудника отдела продаж – подсказать оптимальный вариант выбора зала, учтя, помимо прочего, и характер грядущего мероприятия, и оборудование, которое потребуется. Для одного и того же количества людей и одинакового формата рассадки на примерно одинаковой площади в зависимости от типа оборудования вместимость зала может варьироваться, и если не предусмотреть такие моменты изначально, то могут быть накладки. Часто бывает, когда в процессе планирования мероприятия заказчик по ходу дела неоднократно меняет количество гостей и их рассадку – ни в одной онлайн-системе бронирования конференц-зала этого не предусмотреть. Для решения таких вопросов необходимо живое общение. Однако можно прислать в электронном списке участников мероприятия и забронировать номера по заранее оговоренной цене, если предусмотрено проживание в отеле.

К перечням операций и их основных частей, относят (рис. 1):

- Получение заявки на бронирование конференц-зала;
- Изучение условия заявки (дата проведения; время проведения; формат мероприятия; название компании; контактное лицо);
- Проверка, есть ли на данное время нужный конференц-зал;
- Подтверждение или отказ заявки на бронирование конференц-зала.

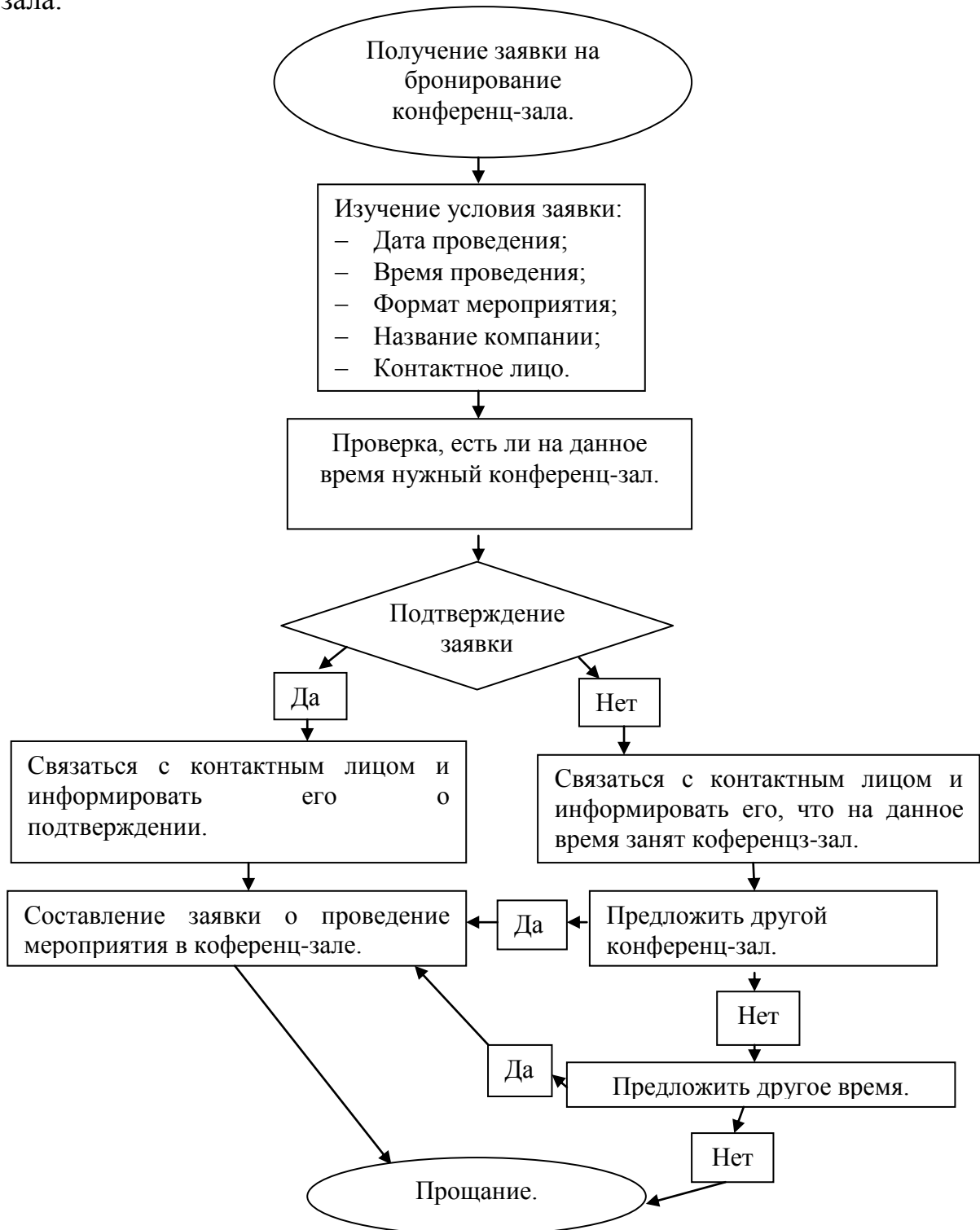


Рисунок 1. Алгоритм бронирования

Таким образом, условия бронирования конференц-залов, различны в разных гостиницах. Во избежание недоразумений клиентам при обращении в гостиницу следует подробно разъяснить эти условия.

При получении письма-заявки на размещение сотрудник отдела продаж или менеджер корпоративных продаж заполняет соответствующий бланк либо вносит наиболее важные данные из письма-заявки на размещение в журнал резервирования конференц-залов. Далее он регистрирует заявку в электронной системе бронирования отеля и присваивает ей порядковый номер. Все бронирования должны быть введены в компьютерную систему в течении 1-2 часов. На основании введенной информации формируется перспективный график загрузки гостиницы. При регистрации заявки на бронирование особое внимание следует обращать на тип бронирования и форму оплаты. При гарантированном бронировании в заявке должны быть указаны реквизиты платежных документов, гарантирующие получение оплаты за номер при неявке гостя или поздней аннуляции бронирования клиентом. Чем больше информации будет внесено в электронную систему бронирования, тем качественнее и быстрее будут происходить процесс проведения мероприятия в конференц-залов.

Сотрудник отдела продаж или менеджер корпоративных продаж подготавливает подтверждение бронирования, куда вносятся все необходимые данные. Номером подтверждения будут являться тот же номер, под которым была зарегистрирована заявка на размещение. Как правило, в отелях уже имеются бланки подтверждений заявок на бронирование. Они могут представлять собой бланки как уже заложенные в электронную систему бронирования, так и бланки, отпечатанные типографским способом. Подтверждение бронирования необходимо производить на том же языке, на котором была составлена заявка на размещение. Текст подтверждения бронирования во многом зависит от типа бронирования.

Многие компании проводят конференции не реже чем раз в год. На данные мероприятия обычно тратится изрядная доля бюджета организации. Обычно конференция следует стандартной процедуре (рис.2):

- регистрация участников;
- представление председателя;
- открытие конференции и приветственной речью председателя;
- выступление главного докладчика;
- кофе-брейк;
- рабочие группы и презентации;
- обед;
- закрытие конференции.

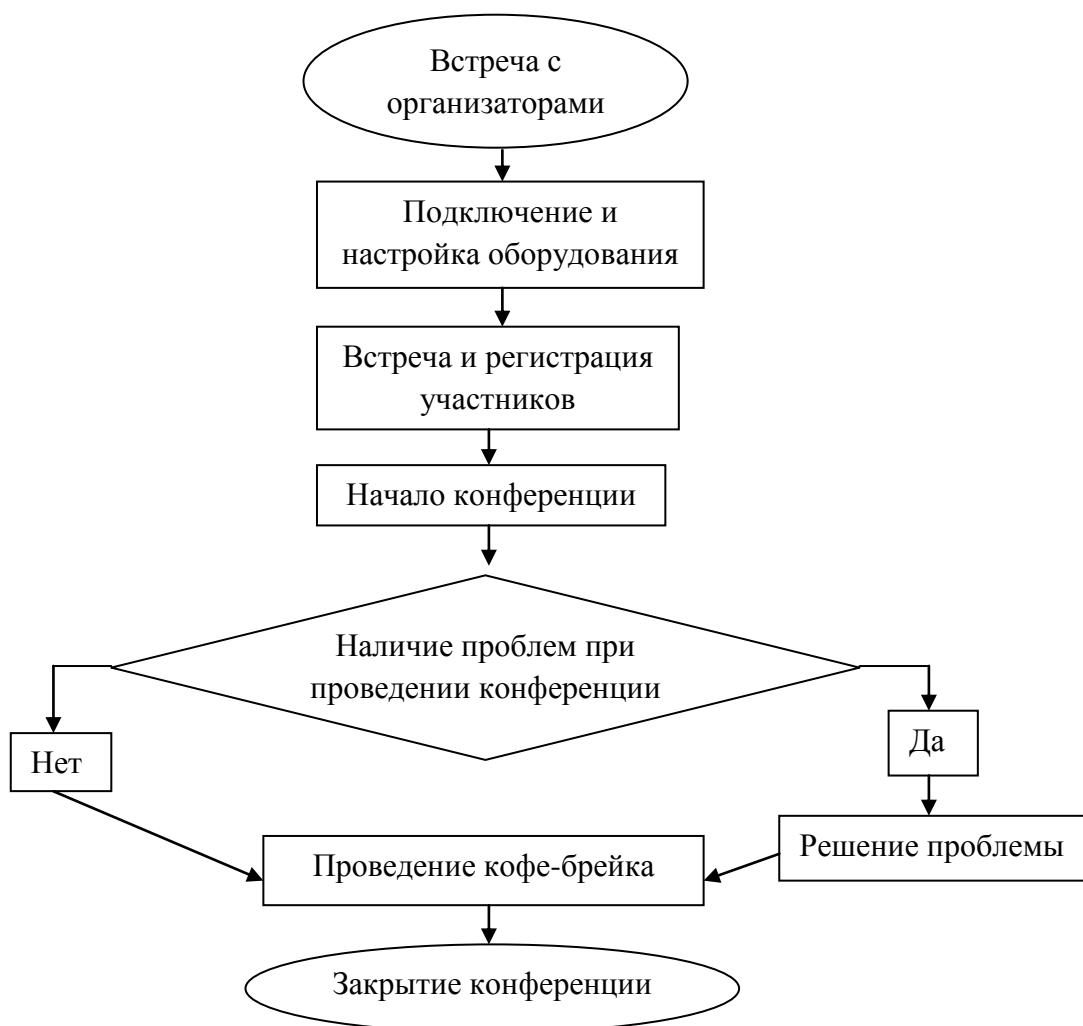


Рисунок 2. Алгоритм проведения конференции

Проведение конференции начинается с прибытия первого участника конференции в аэропорт и заканчивается с вылетом последнего участника. На протяжении всех стадий проведения конференции осуществляется постоянный контроль над качеством предоставления услуг в соответствии с договором оказания услуг. В случае необходимости принимающая сторона может организовать присутствие своих сотрудников в аэропорту (аэропортах), в гостиницах, на приемах и при реализации культурной программы, а также на иных мероприятиях и объектах, если это является необходимым с точки зрения обеспечения качества. Сотрудники принимающей стороны могут осуществлять регистрацию участников конференции, осуществлять взимание оплаты дополнительных услуг (транспорт, авиабилеты, экскурсионные программы и пр.), помогать в оформлении ключей в гостинице, осуществлять проверку и тестирование электронного оборудования, проверять своевременное предоставление кофе-брейков, ланчей и ресторанного обслуживания, осуществлять координацию подачи транспортных средств в аэропортах, в гостиницах и на других объектах, контролировать предоставление культурных и экскурсионных программ, оказывать помощь и иные услуги участникам конференции, если это является необходимым с точки зрения обеспечения качества предоставления услуг.

По окончании конференции, менеджер корпоративных продаж, проводит обратную связь с организатором, уточняя были ли проблемы при проведении и предоставлении конференц-услуг (рис.3). Так же предлагается гостям конференции пройти анкетирование, что помогает отелю улучшить предоставление конференц-услуг.

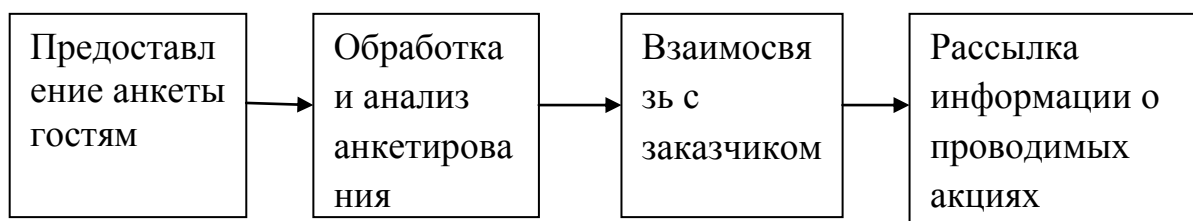


Рисунок 3. Алгоритм анализа обратной связи

На основе параграфов 1.1. и 1.2. можно сделать вывод о том, что конференц-пакет – это заранее сформированный комплекс услуг, упрощающий заказ и организацию конференций. Одним из решающих факторов при выборе площадки для проведения мероприятия, для клиента на сегодняшний день является, самый привлекательный минимальный конференц-пакет, который будет включать в себя аренду зала, два кофе-брейка и ланч.

ГЛАВА 2. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ КОНФЕРЕНЦ-УСЛУГ В ОТЕЛЕ «ВЫСОЦКИЙ»

Материал удален, так как содержит информацию, представляющую коммерческую ценность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе написания выпускной квалификационной работы были выполнены все поставленные ранее задачи, вследствие чего можно сделать следующие выводы.

Гостиницы предоставляют целый комплекс всевозможных дополнительных услуг, которые оплачиваются дополнительно. Перечень и качество предоставления платных дополнительных услуг должен соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории.

Ассортимент платных дополнительных услуг зависит от класса, назначения гостиницы, ее местоположения. В соответствии с этим конкретно определяется, какие платные дополнительные услуги могут быть произведены в гостинице, а какие оказаны другими организациями и предприятиями. Так же в гостиницах могут предлагать и конференц-услуги.

Конференц-услуги (конференц-сервис) – это комплекс дополнительных услуг по организации конференции и всех сопутствующих моментов, а также услуги по техническому сопровождению мероприятия, которые оказывают фирмы-организаторы или арендодатель конференц-зала.

Весь процесс конференции условно можно разделить на три этапа: бронирование, подготовка и процесс проведения. Условия бронирования конференц-залов, различны в разных гостиницах. Во избежание недоразумений клиентам при обращении в гостиницу следует подробно разъяснить эти условия. По окончании конференции, менеджер корпоративных продаж, проводит обратную связь с организатором, уточняя были ли проблемы при проведении и предоставлении конференц-услуг.

Отель «Высоцкий» это современное гостиничное предприятие, которое, по сути, представляет собой совокупность разнообразных услуг, предоставляемых клиентам на коммерческой основе и непосредственно связанных с проживанием, питанием, развлечением и прочими неотъемлемыми атрибутами туристской деятельности. Отель «Высоцкий»

достойно занимает свою нишу среди пятизвездочных отелей за счет своих сильных сторон, таких как географическое положение в городе, расположение на верхних этажах самого высокого здания в Екатеринбурге и своей ценовой политикой. Однако есть и слабые стороны, которые препятствуют поставленным целям.

Для улучшения качества предоставления конференц-услуг в отеле «Высоцкий», было проведен анализ анкетирования и отзывов на сайте бронирования, о самой конференц-услуге, от гостей отеля «Высоцкий» и средняя оценка составляет около 4 баллов. Во время исследования были выявлены некоторые недостатки при предоставлении конференц-услуг в отеле «Высоцкий», такие как несвоевременная подача блюд для кофе-брейка, расстановка мебели в залах, трудности с передвижением постояльцев отеля, пользующимися конференц-услугами, из-за пропускной системы и инфраструктуры лифтов бизнес-центра. С целью устранения данных недостатков и повышения эффективности организации конференц-услуг, их проведения и обратной связи, были разработаны и предложены следующие направления программы по совершенствованию:

- Разработка рекламной кампании;
- Оптимизация системы контроля доступа;
- Разработка чек-листа проведения конференций;
- Введение формы обратной связи с участниками конференций.

Разработанный комплекс мероприятий позволит отелю «Высоцкий»:

- 1) Привлечь крупных корпоративных клиентов, формирующих сегмент делового туризма;
- 2) Увеличить загрузку конференц-залов в межсезонье;
- 3) Сохранить уровень конкурентоспособности;
- 4) Повысить имидж отеля;
- 5) Привлекать постоянных корпоративных клиентов;

Таким образом, мы можем увидеть, что наша программа, характеризуется следующими показателями:

- Затраты на программу – 439 870 рублей;
- Каждый год она будет приносить прибыль 2 400 000 рублей в год;
- Программа окупается в течении года, за счет привлечения новых клиентов.

Цель работы достигнута – на основе анализа предложены эффективные мероприятия для отеля «Высоцкий». Разработка программы по совершенствованию конференц-услуг в отеле в целом показала, что вложенные средства в данное мероприятие полностью оправданы.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кодекс Российской Федерации об административных нарушениях [Текст]: федер. закон: принят Гос. Думой 20 дек. 2001 г.
2. Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы в дошкольных организациях (СанПиН 2.4.1.2660-10). С комментариями специалистов [Текст]. - М. : МОЗАИКА-СИНТЕЗ, 2011. - 144 с.
3. Арбузова, Н. Ю. Технология и организация гостиничных услуг [Текст] : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. / Н. Ю. Арбузова. – М : Академия, 2009. – 224 с.
4. Аверьянов, Б. И. Путь к звездам отеля [Текст] : / Б. И. Аверьянов.– М. : Сочи, 2000. – 231 с.
5. Браймер, Р. Основы управления в индустрии гостеприимства [Текст] : учеб. пособие. / Р. Браймер. – М : 1995. – 321 с.
6. Волков, Ю. Ф. Экономика гостиничного бизнеса [Текст] : Учебник. / Ю. Ф. Волков. – М. : Ростов - на - Дону, 2003. – 385 с.
7. Гвозденко, А. А. Гостиничный и туристский бизнес [Текст] : Учебник. / А. А. Гвозденко. – М. : Ассоциация авторов и издателей «Тандем», 1998. – 284 с.
8. Джанджугазова Е. Ф. Маркетинг в индустрии гостеприимства [Текст] : Учебник. / Е. Джанджугазова. – М. : Академия, 2003. – 256 с.
9. Ёхина, М. А Организация обслуживания в гостиницах [Текст] : учеб. пособие для студ. сред. проф. пбразования. / М. А. Ёхина. – М.: Академия, 2008. – 208 с.
10. Кусков, А. С. Гостиничное дело [Текст] : Учебное пособие. / А. С. Кусков. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 328 с.

11. Тимохина, Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов [Текст] : Учебное пособие. / Т. Л. Тимохина. – М. : ООО «Книгодел» : МАТГР, 2004. – 288 с.
12. Яковлев Г. А. Экономика гостиничного хозяйства [Текст] : Учебное пособие. / Г. А. Яковлев.– М. : Издательство РДЛ, 2006. – 224 с.
13. Уокер, Д. Введение в гостеприимство [Текст] : учебное пособие / Пер. с англ. – 2е издание.[Текст]. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 607 с.
14. Зорин, И. В. Туризм как вид деятельности [Текст] / Зорин И. В., Каверина Т. П., Квартальнов В. А.– М. : Финансы и статистика, 2005. – 288 с. – (Учебное пособие).
15. Зорин, И. В. Туристский бизнес и гостиничное хозяйство [Текст] : Учебник. / Зорин И. В. Квартальнов В. А. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 393 с.
16. Лесник, А. Л. , Практика маркетинга в гостиничном и ресторанном бизнесе. [Текст] / Лесник А. Л., Чернышев А. В. – М., 2000. – 296 с.
17. Филипповский, Е. Е., Экономика и организация гостиничного хозяйства. [Текст] / Филипповский Е. Е., Шмарова Л. В. – М. : Финансы и статистики, 2005. – 176 с.
18. Инграм, Х. Гостиничный бизнес : учебник / Х. Инграм, С. Медлик ; пер. А. В. Павлов. – М. : Юнити-Дана, 2005. – 241 с. – (Зарубежный учебник).
19. Голубева, К. Конференц – сервис в разных форматах [Текст] / К. Голубева // BusinessTravel – 2010. - № 6. – С. 31.
20. Карасев, С. Конференц-зал - больше денег хороших и больших [Тест] / С. Карасев // Парад Отелей. – 2005. – № 3. – С. 22.
21. Angelo Аэропорт-отель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vi-hotels.com/ru/angelo-ekaterinburg>– Загл. с экрана
22. Booking [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.booking.com/index> – Загл. с экрана
23. Findhall [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.findhall.ru/66/27/286/1646/description>– Загл. с экрана

24. Деловой квартал [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://ekb.dk.ru/wiki/rejting-gostinic>– Загл. с экрана
25. Отель «Атриум Палас» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://atriumhotel.ru/> – Загл. с экрана
26. Отель «Вознесенский» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://v-hotel.ru/>– Загл. с экрана
27. Отель «Высоцкий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.visotsky-e.ru/otel/ob-otele.html> – Загл. с экрана
28. Отель «Онегин» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hotelonegin.com/> – Загл. с экрана
29. Отель «Хаятт Ридженси Екатеринбург» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekaterinburg.regency.hyatt.com/ru/hotel/home.html> – Загл. с экрана
30. Отель «RamadaYekaterinburg» [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.ramadayekaterinburg.com/index.php/ru/>– Загл. с экрана

Анкета

Дорогой гость! Просим Вас потратить несколько минут своего времени на заполнение следующей анкеты. Мы очень дорожим Вашим мнением и учтем все пожелания, чтобы сделать Ваше пребывание еще более приятным и комфортным.

1. Укажите Ваш пол:
 - Мужской
 - Женский

2. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:
 - До 29 лет
 - 30-49 лет
 - 50 лет и старше

3. Остались ли Вы удовлетворены проведением мероприятия в нашем отеле?
 - Да
 - Нет
 - Затрудняюсь ответить

4. Оцените работу персонала бизнес-центра:

	5	4	3	2	1
Компетентность					
Оперативность					
Доброжелательность					
Желание помочь					
Внимательность					

5. Было ли Вам комфортно работать в зале?

- Отлично
- Хорошо
- Удовлетворительно
- Плохо
- Очень плохо

6. Оцените качество организации работы в зале:

	5	4	3	2	1
Расстановка мебели					
Система кондиционирования и работы вентиляции					
Работа оборудования					

В чем возникли проблемы?

7. Оцените качество организации кофе-брейка:

	5	4	3	2	1
Качество обслуживания					
Внешний вид сотрудников					
Время подачи (вовремя ли было организовано питание?)					

В чем возникли проблемы?

8. Насколько хорошо сотрудники отеля разрешили Ваши проблемы по сравнению с Вашими ожиданиями?

- Лучше, чем ожидал(а)
- Согласно ожиданиям
- Хуже, чем ожидал(а)
- О проблемах не сообщал(а)

9. Что мы могли бы сделать для того, чтобы Ваше будущее пребывание у нас было более приятным?

Благодарим за то, что уделили время и ответили на вопросы.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Чек-лист оценки проведения и организации конференций в отеле

	+	-
Проверка качества оборудования для проведения конференции		
Мультимедийный проектор		
Слайдовый проектор		
Стенд для проектора		
Экраны		
ПК, ноутбуки		
Видеооборудование: VHS, DVD, телеконференция		
Микрофоны		
Освещение		
Громкоговорители		
Предоставление зала		
Чистота		
Расстановка мебели		
Предоставление кофе-брейка		
Соответствие блюд с договором		
Качество блюд		
Своевременная подача		