

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет»
Академический колледж

ОТЧЕТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю
ПМ. 04 Организация и контроль текущей деятельности со-
трудников службы бронирования и продаж

программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.14 «Гостиничное дело»

период с «5» июня 2025 г. по «18» июня 2025 г.

Студент группы
СО–ГД–22–1



В.В. Серебренникова

Наименование предприятия: ФГБОУ ВО «ВВГУ», академический колледж

Отчет защищен:
с оценкой Д.М. Сергеев

Руководитель
практики от ОО Ж.А. Тен

Ж.А. Тен

Владивосток 2025

Содержание

Введение.....	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «ГК «Владивосток».....	5
1.1 История создания и развития предприятия ООО «ГК «Владивосток».....	5
1.2 Учредительные документы, организационно– правовая форма и форма собственности предприятия ООО «ГК «Владивосток».....	6
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений ООО «ГК «Владивосток»	10
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия ООО «ГК «Владивосток».....	14
2 Организационно– технологические аспекты деятельности предприятия ООО «ГК «Владивосток».....	17
2.1 Анализ организации обслуживания клиентов в ООО «ГК «Владивосток». Культура предприятия.....	17
3 Технология продвижения и стимулирования продаж гостиничного продукта.....	22
4 Система обеспечения безопасности.....	24
5 Технология формирования профессиональных компетенций.....	26
6 Индивидуальное задание.....	29
Заключение.....	42
Список используемых источников.....	44
Приложение А. Структура предприятия ООО «ГК «Владивосток».....	46
Приложение Б. Гостиница ООО «ГК «Владивосток».....	47
Приложение В. SMART номера ООО «ГК «Владивосток».....	48
Приложение Г. Скрипт «Бронирование номера по телефону».....	50

Введение

В современных условиях развития туризма и гостеприимства национальный характер обслуживания гостей в РФ оказывает существенное влияние на формирование образа местного гостеприимства, уровня российского сервиса и, в итоге, имиджа страны в целом. В условиях колебания в мировой ситуации и, в частности, на рынке гостиничных услуг, для повышения конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг каждому гостиничному предприятию следует комплексно изучать целевую аудиторию, необходимо развивать лояльность в отношении «своего» гостя, благодаря чему отель сможет не только удерживать позиции в конкурентной борьбе, но и позиционировать себя как новатор уникального сервиса для основного потребителя. Тенденции, которые наблюдаются в настоящий момент в мировом гостиничном бизнесе, говорят о том, что дальнейшее развитие отрасли будет осуществляться путем обширного внедрения новшеств [1].

Актуальность темы обусловлена тем, что сервис становится важнейшим фактором позиционирования гостиницы и является показателем эффективности деятельности в условиях современного мира. Одним из путей решения проблемы качества сервиса является изучение данного вопроса посредством теории поколений, которая нередко становится основополагающим фактором в маркетинговой политике зарубежных гостиничных предприятий. Рост уровня обслуживания возможен благодаря персонализации сервиса, что представляет собой сложную систему, направленную, с одной стороны, на уникальный подход к целевой аудитории, а с другой стороны, к политике управления персоналом. В данной статье авторами проанализирована теория поколений и ее воздействие на предлагаемый сервис в гостиничной индустрии. Объектом исследования в данной статье является персонализированный гостиничный сервис.

Предметом исследования выступает «теория поколений» как инструмент персонализированного сервиса. Научная новизна состоит в изучении персонализированного подхода к сервису через теорию поколений. Практическая значимость работы заключается в предложении и применении руководством гостиничного предприятия персонализированного подхода, основанный на «теории поколений», который может быть использован в политике сервисного обслуживания, что содействует привлечению новой целевой аудитории и эффективному функционированию гостиничного предприятия.

Термин «гостеприимство» происходит от старофранцузского «*hospice*» и английского «*hospitality*», что означает «странноприимный дом». Согласно толковому словарю американского лексикографа Н. Уэбстера, «индустрия гостеприимства – это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприим-

ства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям». В русском языке «гостеприимство – радушие в приеме и угощении посетителей, безвозмездный прием и угощение странников, или странноприимство. Быть гостеприимным – значит уметь предложить теплый прием для посетителей, создать для них спокойную, благоприятную и дружественную атмосферу».

Общий объем времени практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности составляет две недели, с 05 июня по 18 июня 2025 г. ООО «ГК «Владивосток».

Целью учебной практики является: углубление, дополнение и закрепление теоретических знаний по модулю: ПМ.04 «Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж».

Задачи практики:

- 1) организация рабочего места;
- 2) изучение интерфейса и порядка использования специализированного программного обеспечения для гостиничного предприятия;
- 3) использование технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ для приема заказа;
- 4) оформление бронирования с использованием Интернета и туроператора;
- 5) оформление группового, от компаний и коллективного бронирования;
- 6) внесение изменений в листы ожидания об оформлении заявок на резервирование номеров;
- 7) оформление счетов на полную или частичную предоплату и подтверждение о резервировании номеров;
- 8) отслеживание и получение обратной связи от соответствующих служб отеля;
- 9) предоставление гостям информации об условиях аннуляции бронирования и возможных штрафных санкциях;
- 10) контроль над передачей незабронированных номеров для продажи в службу приема и размещения.

При написании отчета были использованы электронные источники, электронные книги, собственный опыт на предприятии, документация, предоставленная на предприятии.

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «ГК «Владивосток»

1.1 История создания и развития предприятия ООО «ГК «Владивосток»

AZIMUT Hotels – международная сеть бизнес– отелей, объединяющая под своим брендом объекты в городах России, Германии и Австрии. Компания AZIMUT Hotels стала первым оператором, которому удалось вывести российский гостиничный бренд на европейский рынок. AZIMUT Hotels является одним из самых активно развивающихся брендов в сегменте бизнес– отелей: сегодня в сеть входят 36 отелей в 28 городах России и Европы, общий номерной фонд составляет более 7 тыс. номеров. AZIMUT Hotels управляет гостиницами, находящимися в собственности, на основании контракта на управление и на правах долгосрочной аренды. [2]

История международной гостиничной сети AZIMUT Hotels начинается в 2004 году. Российский инвестор Александр Клячин приобретает первый отель в Самаре. Бренд AZIMUT Hotels формируется в 2006 году, объединяя семь отелей на территории России: в Самаре, Уфе, Костроме, Санкт-Петербурге, Владивостоке, Астрахани и Мурманске. Во всех отелях вводятся единые стандарты обслуживания и гостеприимства и общая корпоративная культура. В 2008 году компания выходит на европейский рынок, в сеть AZIMUT Hotels входят отели в крупнейших городах Германии и Австрии (Берлин, Дрезден, Кельн, Мюнхен, Нюрнберг, Эрдинг, Вена). Александр Клячин становится первым российским предпринимателем, который выводит российский отельный бренд на европейский рынок.

В 2011 году компания объединяет операционную деятельность европейского и российского подразделений сети.

В 2012 году открывается первый отель AZIMUT Hotels в Москве. В здании бывшей Даниловской мануфактуры появляется AZIMUT Отель Тульская Москва – первый лофт-отель столицы. Менее чем за полгода своей работы AZIMUT Отель Тульская Москва входит в список лучших мест столицы по версии телеканала CNN. В 2013 году отель занимает первое место в списке 94 московских гостиниц категории 3* на сайте Booking.com и становится лауреатом премии Russian Hotel Awards Moscow в номинации «Открытие года». В этом же году AZIMUT Hotels запускает масштабный проект реновации ключевых отелей сети. Отели в Санкт-Петербурге, Уфе, Воронеже, Мурманске, Мюнхене и Владивостоке обновляются в соответствии с новой концепцией дизайна – SMART.

В декабре 2013 года один из крупнейших столичных отелей Renaissance Moscow Olympic Hotel (486 номеров) переходит в управление AZIMUT Hotels и получает название AZIMUT Отель Олимпик Москва. Он становится вторым отелем AZIMUT Hotels категории

4*. Отель располагает 12 конференц-залами общей площадью более 3200 м², что является одним из наиболее широких предложений MICE- услуг в Москве.

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.

В сентябре 2016 года компания AZIMUT Hotels и компания «Роза Хутор» заключили контракт на управление двумя объектами горного курорта «Роза Хутор» в Сочи. С 01 октября 2016 года расположенные на курорте отель FREESTYLE Rosa Khutor и комплекс апартаментов VALSET начинают работать под управлением гостиничной сети AZIMUT Hotels как AZIMUT Отель FREESTYLE Роза Хутор и апартаменты VALSET от AZIMUT Роза Хутор.

Юридический адрес компании: 129110, Москва, Олимпийский пр., д. 18/1.

Физический адрес компании: Набережная ул. 10, Владивосток, Приморский край, 690091

Контакты: бронирование отелей– 8 800 200 00 48; бронирование санаториев– 8 800 555 2 777; Электронная почта гостиницы: info@azimuthotels.com.

Таким образом, за прошедшие годы работы ООО «ГК «Владивосток» заработало себе отличное имя и надежную репутацию. Гостиница награждена грамотами и сертификатами, официально подтверждающие признание организации как трудолюбивой и добросовестной компании.

1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия ООО «ГК «Владивосток»

Перечень документов для проведения классификации гостиниц и иных средств размещения [3]:

Копии документов, заверенные заявителем:

- приказ о назначении директора (для юрлиц);
- штатное расписание средства размещения;
- копия свидетельств ИНН, ОГРН (ОГРНИП);
- выписка из ЕГРЮЛ (ЕГРИП), информация ОКВЭД (55.1; 55.10; 55.2; 55.20);
- копия уведомления Роспотребнадзора о начале осуществления предпринимательской деятельности по предоставлению гостиничных услуг (ОКВЭД: 55.1; 55.10; 55.2 и 55.20), а также услуг по временному размещению и обеспечению временного проживания, поданного в уполномоченный орган согласно постановлению Правительства Российской Федерации от 16 июля 2009 г. № 584 (для всех предприятий, начавших работу позже, чем с 1.08.2009 г.).

Нормативная документация, регламентирующая деятельность гостиницы:

1) Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации». Настоящие Правила разработаны в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей» и регулируют отношения в области предоставления гостиничных услуг. Настоящие Правила распространяются на деятельность гостиниц и иных средств размещения и включают в себя следующие разделы: I. Общие положения; II. Информация об исполнителе и о предоставляемых исполнителем гостиничных услугах; III. Порядок и условия предоставления гостиничных услуг; IV. Ответственность исполнителя и потребителя.

2) Закон РФ «О защите прав потребителей». Настоящий Закон регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.

3) Постановление Правительства РФ от 17 июля 1995 года N 713 «Об утверждении Правил регистрации и снятия граждан Российской Федерации с регистрационного учета по месту пребывания и по месту жительства в пределах Российской Федерации и перечня лиц, ответственных за прием и передачу в органы регистрационного учета документов для регистрации и снятия с регистрационного учета граждан Российской Федерации по месту пребывания и по месту жительства в пределах Российской Федерации».

4) Постановлением Правительства РФ от 15 января 2007 года N 9 «О порядке осуществления миграционного учета иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации». В соответствии с данным Постановлением осуществляется постановка иностранного гражданина и лица без гражданства на учет по месту пребывания в гостинице и снятие их с учета по месту пребывания.

5) ФЗ РФ «О миграционном учете иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации» (с изменениями на 28 ноября 2015 года). Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие при осуществлении учета перемещений иностранных граждан и лиц без гражданства, связанных с их въездом в РФ, транзитным проездом через территорию РФ, передвижением по территории РФ при выборе и изменении места пребывания или жительства в пределах РФ либо выездом из РФ.

6) ФЗ РФ «О пожарной безопасности» (с изменениями на 23 июня 2016 года). Настоящий Федеральный закон определяет общие правовые, экономические и социальные основы обеспечения пожарной безопасности в РФ, регулирует в этой области отношения между органами государственной власти, органами местного самоуправления, учреждениями, организациями, крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, иными юридическими лицами независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности, а также между общественными объединениями, индивидуальными предпринимателями, должностными лицами, гражданами Российской Федерации, иностранными гражданами, лицами без гражданства.

7) ФЗ РФ «Об основах туристской деятельности» (с изменениями на 5 апреля 2016 года). Настоящий ФЗ определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в РФ, и регулирует отношения, возникающие при реализации права граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет порядок рационального использования туристских ресурсов РФ.

8) ФЗ РФ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» (с изменениями на 13 июля 2015 года). Настоящий ФЗ регулирует отношения в области обеспечения качества пищевых продуктов и их безопасности для здоровья человека.

9) Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания» (с изменениями на 4 октября 2012 года). Настоящие Правила разработаны в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей» и регулируют отношения между потребителями и исполнителями в сфере оказания услуг общественного питания, а также обеспечивают права потребителей на получение услуг надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья, информации об услугах и исполнителях услуг, определяют порядок реализации этих прав.

10) ФЗ РФ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа» (с изменениями на 3 июля 2016 года). Настоящим ФЗ определяются правила применения контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов на территории РФ в целях обеспечения интересов граждан и организаций, защиты прав потребителей, а также обеспечения установленного порядка осуществления расчетов, полноты учета выручки в организациях и у индивидуальных предпринимателей.

11) ФЗ РФ «О персональных данных» О персональных данных (с изменениями на 31 декабря 2014 года). Настоящим ФЗ регулируются отношения, связанные с обработкой персональных данных, осуществляемой федеральными органами государственной власти, орга-

нами государственной власти субъектов Российской Федерации, иными государственными органами, органами местного самоуправления, иными муниципальными органами, юридическими лицами и физическими лицами с использованием средств автоматизации, в том числе в информационно– телекоммуникационных сетях, или без использования таких средств, если обработка персональных данных без использования таких средств соответствует характеру действий (операций), совершаемых с персональными данными с использованием средств автоматизации, то есть позволяет осуществлять в соответствии с заданным алгоритмом поиск персональных данных, зафиксированных на материальном носителе и содержащихся в картотеках или иных систематизированных собраниях персональных данных, и (или) доступ к таким персональным данным.

Гостиница ООО «ГК «Владивосток» имеет форму ООО [4]:

ООО (общество с ограниченной ответственностью) – это учреждённое одним или несколькими юридическими и/или физическими лицами хозяйственное общество, уставной капитал которого разделён на доли. При этом участники общества – учредители не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей или акций в уставном капитале общества, но только до тех пор, пока общество не находится в стадии банкротства (см. п.1 ст. 2 Федерального закона от 08.02.1998 N 14– ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»).

Особенности ведения деятельности в качестве ООО:

1) ООО отвечает по своим обязательствам и долгам только своими активами и уставным капиталом. При ликвидации (закрытии) или банкротстве ООО выплачивать долги организации из личных средств участникам не придётся. Однако если кредиторы в суде докажут, что к несостоятельности привели намеренные действия учредителей или руководства, то на них может быть возложена дополнительная ответственность по долгам общества.

2) ООО может иметь небольшой минимальный уставный капитал. Все участники ООО должны в течение 4 месяцев с момента регистрации внести свою долю в уставный капитал. Размер дивидендов участника зависит от размера его доли (если в уставе отдельно не указана возможность непропорционального распределения прибыли). Минимальный размер уставного капитала – 10 000 рублей.

3) ООО не имеет ограничений по видам деятельности. В отдельных случаях может потребоваться получение лицензии (например, при продаже алкоголя, ведении образовательной деятельности, осуществлении пассажирских перевозок и т. д.

4) ООО может создавать филиалы и открывать представительства. 5. ООО предоставляет больше возможностей для привлечения инвестиций по сравнению с индивидуальными

предпринимателями. ООО может принимать новых участников в свой состав или от своего имени заключать инвестиционные договоры.

Таким образом, ООО «ГК «Владивосток» является коммерческой организацией, преследующей в качестве основной цели своей деятельности получение прибыли.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений ООО «ГК «Владивосток»

Под организационной структурой управления понимается состав, взаимодействие, соподчиненность, а также распределение работы по подразделениям и управленческим органам, между которыми формируются определенные отношения, связанные с реализацией властных полномочий, потоков распоряжений и информации [5].

Структура управления предприятия представлена на рисунке 1 во вложении А.

Основой для появления и функционирования того или иного типа организационной структуры управления на предприятии, а также залогом увеличения производительности является горизонтальное разделение труда, при котором весь объем работы разбивается на компоненты.

Организационная структура гостиницы ООО «ГК «Владивосток» – это линейно-функциональная структура управления, в которой сочетаются как линейные, так и функциональные принципы организации между производственными управленческими элементами системы. Такая структура лучше всего применима в организациях с численностью от нескольких сотен до нескольких тысяч работников, особенно если эти организации работают в стабильных условиях. Она действенна, если руководство выполняет рутинные задачи, а сама компания обслуживает много однотипных объектов, то есть делается акцент на применении действующих технологий.

Плюсы линейно-функциональной структуры управления:

- 1) компетентность функциональных руководителей, возможности для карьерного роста;
- 2) эффективное использование ресурсов;
- 3) контроль деятельности как целых подразделений, так и отдельных исполнителей;
- 4) улучшение координации в функциональных подразделениях.

Минусы линейно-функциональной структуры управления:

- 1) заинтересованность функциональных руководителей только в собственных показателях (за общие результаты отвечает высшее руководство);
- 2) сложности со взаимодействием между подразделениями;

3) долгая процедура согласования важных решений, из-за чего организация лишается гибкости и не сразу реагирует на рыночные изменения;

4) сложности с поиском ответственных при возникновении проблем.

Персонал ООО «ГК «Владивосток» делится на структурные подразделения: служба бронирования, служба приема и размещения; хозяйственная служба; коммерческая служба; служба питания; финансовая служба; инженерная служба; отдел закупок и отдел кадров.

Служба бронирования – это связующее звено между потенциальными гостями и гостиницей, она предоставляет возможность охватить огромное количество регионов и предлагать услуги гостиницы всем желающим [6].

Роль службы бронирования в гостинице нельзя недооценивать: от ее эффективности зависит коэффициент загрузки и расширения клиентской базы гостиницы. Она должна постоянно следить за конъюнктурой, собирая заявки на бронирование и фиксируя любое повышение спроса, которое гостиница могла бы использовать, увеличивая стоимость размещения и давая предприятию больший доход. Номера не забронированные заранее передаются для непосредственной продажи в службу размещения, предлагающую гостям данные номера по более высокой цене.

Функции службы бронирования показаны на рисунке 1.

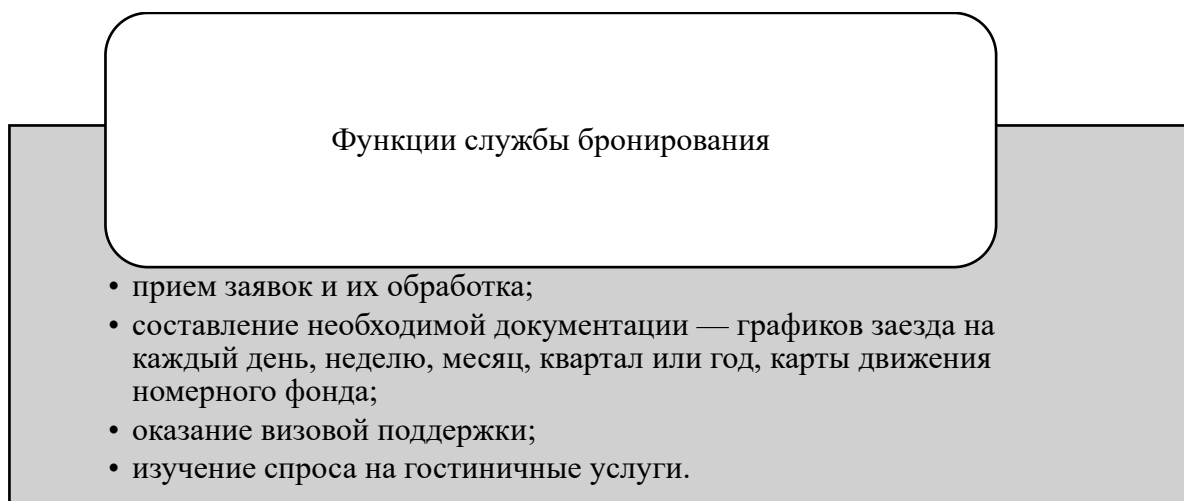


Рисунок 1 – Функции службы приема и размещения

Функции других служб гостиницы представлены на рисунке 2.

Гостиница – это сложный механизм, в котором каждая служба играет свою роль в общем деле. Когда все основные службы гостиницы работают как одно целое, это повышает качество обслуживания и делает гостей счастливее.

Служба приема и размещения • продажа номерного фонда, регистрация гостей и распределение гостевых номеров; • обработка заказов на бронирование; • координация всех видов обслуживания клиентов; • обеспечение гостей информацией о гостинице, местных достопримечательностях.
Хозяйственная служба • Уборка номеров: смена постельного белья и полотенец, застилание кроватей, вытирание пыли, пылесосение пола, чистка и дезинфекция санузла, вынос мусора, проветривание помещения; • Слежение за запасами бытовой химии и пополнение предметов личной гигиены в номерах; • Уборка служебных помещений и общественных зон.
Коммерческая служба • Занимается вопросами оперативного и стратегического планирования. Анализирует результаты хозяйственной и финансовой деятельности. • Налаживание контактов с компаниями-корпорантами и турфирмами на перспективное использование номерного фонда гостиницы, конференц-залов и предприятий общественного питания.
Служба питания • Организация и управление рестораном: планирование меню с учётом предпочтений гостей и сезонных продуктов; • Закупка продуктов: выбор поставщиков, заказ и контроль качества продуктов и т.д; • Организация банкетов и мероприятий.
Инженерная служба • Данная служба следит за исправностью всего инженерно-технического оборудования гостиницы.
Финансовая служба • Одним из методов деятельности финансовой службы является бюджетирование, т. е. построение внутреннего экономического учета доходов и расходов по предприятию в целом и по подразделениям, что позволяет выявить реальный финансовый результат работы. • Основной целью бухгалтерии является формирование бухгалтерской отчетности, дающей полное представление о финансовом и имущественном положении гостиницы, результатах ее хозяйственной деятельности.

Рисунок 2 – Характеристика служб в гостинице

Таким образом, работа каждого специализированного подразделения требует добросовестности со стороны исполнителей и контроля качества со стороны соответствующего отдела, чтобы множество мелких дел выполнялось как надо. Успех этой работы зависит от согласованности действий огромного количества разных людей.

Сотрудники каждой службы представлены в таблице 1.

Таблица 1– Сотрудники служб в гостинице

Служба	Сотрудники
Служба бронирования	– службу бронирования возглавляет менеджер, который управляет и координирует ее деятельность, контролирует процесс обучения и развития агентов отдела бронирования и участвует в разрешении проблемных ситуаций. – агент по бронированию обеспечивает быстрое и эффективное обслуживание гостей, принимает запросы на бронирование номеров и услуг и предоставляет точную информацию по интересующим вопросам. – клерк отвечает на входящие звонки, занимается индивидуальным и групповым бронированием. – team leader выполняет те же функции, что и клерк, а также заменяет менеджера в его отсутствие. – координатор отдела бронирования проводит проверку броней: звонит гостям, чтобы узнать актуальность запроса, уточняет время заезда, необходимость предоставления визовой поддержки или трансфера.
Служба приема и размещения	– администратор или старший администратор отвечает за приём и размещение туристов, включая встречу, регистрацию, размещение по номерам, расчёт за проживание и дополнительные услуги, а также за координацию взаимодействия служб средства размещения; – портье ведёт учёт номерного фонда, оформляет документы для размещения туристов, выдаёт ключи, контролирует за своевременной подготовкой номеров к размещению туристов; – кассир занимается расчётами с клиентами. Он принимает оплату проживания; – швейцар встречает туристов и гостей у входной двери; – консьерж обеспечивает гостей необходимой информацией о средстве размещения, предоставляемых услугах, проводимых мероприятиях, приём и выполнение поручений проживающих туристов; – носильщик доставляет багаж туристов.
Хозяйственная служба	– менеджер хозяйственной службы отвечает за распределение работ между подчинёнными и контроль их выполнения, подбор и увольнение персонала, закупку моющих средств и других материалов; – старшая горничная возглавляет службу горничных, обслуживающих номерной фонд. Распределяет задания и контролирует качество уборки; – дворецкий отвечает за обслуживание гостей из номеров люкс: отдаёт вещи в прачечную или химчистку и получает их оттуда, распаковывает чемоданы въезжающих постояльцев и складывает перед отъездом., уборщики; – в обязанности горничной входит уборка номеров и санузлов, смена белья, пополнение гигиенических принадлежностей в номерах, проветривание и другие работы по наведению порядка.

Продолжение таблицы 1

Служба	Сотрудники
Служба питания	– шеф-повар отвечает за разработку меню и контроль качества блюд. – кухонный персонал – повара, помощники повара и кондитеры, – официанты и бармены обслуживают гостей в ресторанах и барах., – менеджеры ресторанов координируют работу ресторанов и кафе, обеспечивают высокий уровень обслуживания.
Инженерная служба	Лифтер, слесарь–сантехник, электрики и т. д. Отвечают за поддержание сложных систем в рабочем состоянии и их ремонт. Также они осуществляют контроль за расходом воды, электроэнергии, газа и обеспечивают пожарную безопасность.
Финансовая служба	Сотрудники: финансовый директор, главный бухгалтер, бухгалтеры, кассиры. Функции сотрудников финансовой службы: – управление капиталом – прибылью и заёмным капиталом; – управление активами: оборотными (дебиторской задолженностью, денежными активами) и внеоборотными; – управление финансовыми рисками; – управление денежными потоками.
Коммерческая служба	– руководитель продаж со специалистами по продажам и специалистами по групповому бронированию; – руководитель отдела маркетинга с группой специалистов по PR и рекламе; – менеджер по продажам банкетных залов; – менеджер отдела бронирования со своими помощниками. Функции сотрудников коммерческой службы: – налаживают контакты и ведут переговоры с компаниями и турфирмами на перспективное использование номерного фонда гостиницы, конференц–залов отеля и предприятий общественного питания гостиничного предприятия; – выясняют потребности определённых групп клиентов через «холодные» и «горячие» звонки.

Гостиничные предприятия стремятся поддерживать высокий стандарт обслуживания и постоянно ищут талантливых и преданных своему делу людей, которые готовы стать частью команды.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия ООО «ГК «Владивосток»

К основным задачам предприятия в условиях рынка относят: разработку кадровой политики, организацию заработной платы, анализ рынка, планирование, организацию производства, сбыт продукции, формирование и распределение дохода, развитие материальной базы предприятия.

Основные задачи гостиницы ООО «ГК «Владивосток»:

1) обеспечение проживающих гостиничными услугами надлежащего качества, создание им необходимых социальных и культурно-бытовых условий;

2) рациональное использование материально – технической базы гостиничного предприятия;

3) обеспечение безопасности жизни, здоровья и имущества потребителей гостиничных услуг, а также охраны окружающей среды.

К основным направлениям деятельности в гостинице относятся:

Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания (код по ОКВЭД 55.10).

До 16.06.2020 основным видом деятельности организации значился «Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления» (код по ОКВЭД 70.22). До 06.12.2018 основным видом деятельности организации значился «Деятельность в области права и бухгалтерского учета» (код по ОКВЭД 69) [7].

46.90 Торговля оптовая неспециализированная;

56.10 Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания;

56.10.1 Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания;

56.10.3 Деятельность ресторанов и баров по обеспечению питанием в железнодорожных вагонах– ресторанах и на судах;

68.32 Управление недвижимым имуществом за вознаграждение или на договорной основе.

ООО «ГК «Владивосток» – современный и единственный бизнес–отель 4* на Дальнем Востоке с крупнейшим номерным (378) фондом; крупнейший конференц-отель приморской столицы. Все номера выполнены в концепции SMART, что соответствует современным стандартам. В Отеле представлен Клубный этаж – специальная зона для гостей, ценящих максимальный уровень комфорта, находится на 11 этаже с панорамным видом на Амурский залив.

Большое количество услуг, предлагаемых гостям, которые включены в стоимость номера (питание, оборудованное рабочее место, телевизор, кондиционер, сейф, фен, телефон)

Гостиница ООО «ГК «Владивосток» предлагает широкий спектр услуг, как входящих в стоимость проживания, так и предоставляемых за дополнительную плату.

Бесплатные услуги:

- проживание в выбранной категории номера;
- уборка номера (ежедневно);
- смена постельного белья и полотенец (по графику);

- wi-fi в номерах и общественных зонах;
- вызов такси, доставка корреспонденции в номер;
- информационные услуги по городу и трансферу;
- хранение багажа в день заезда/выезда;
- пользование гладильной комнатой;
- сейф на ресепшене или в номере;
- пробудка в заданное время;
- предоставление питьевой воды, набора для чая/кофе (в зависимости от категории номера).

Платные услуги:

- услуги ресторана и лобби-бара;
- организация деловых мероприятий, конференц-залов и банкетов;
- услуги прачечной и химчистки;
- трансфер и аренда автомобиля с водителем;
- организация экскурсий и туристических маршрутов;
- услуги коворкинга и аренда переговорных;
- ранний заезд и поздний выезд;
- мини-бар, room-service;
- подарочные сертификаты, сувенирная продукция.

Таким образом, гостиница ООО «ГК «Владивосток» предоставляет широкий спектр услуг и размещение в современных номерах. Основные задачи гостиницы направлены на обеспечение высокого уровня сервиса, безопасность гостей, повышение качества услуг и постоянное развитие инфраструктуры. Комбинация эффективного управления, квалифицированного персонала и современной материальной базы позволяет отелю успешно конкурировать на рынке и удовлетворять растущие потребности клиентов.

2 Организационно- технологические аспекты деятельности предприятия ООО «ГК «Владивосток»

2.1 Анализ организации обслуживания клиентов в ООО «ГК «Владивосток». Культура предприятия

ООО «ГК «Владивосток» предоставляет гостям услугу проживания и также широкий спектр дополнительных и включенных в стоимость услуг.

Отель ООО «ГК «Владивосток» в техническое обслуживание клиентов включает следующий набор услуг, который выполняется последовательно и технично:

- бронирование номеров в отеле, как по телефону, так и через Интернет;
- парковка на частной охраняемой территории перед отелем;
- предоставление Интернета;
- общение на русском и английском языках;
- уборка номеров в подходящее для клиента время;
- предоставление косметических и банных принадлежностей;
- доставка багажа в номер и хранение;
- завтрак в виде шведского стола или же заказ еды в номер.

Технологический алгоритм гостевого цикла условно делится на четыре этапа:

- 1) До прибытия в гостиницу – бронирования (Reservation).
- 2) Прибытие клиента в отель (Arrival), регистрация (Check in Procedure) и размещение клиента (Accommodation).
- 3) Проживание (Staying) и обслуживание гостя в отеле.
- 4) Выезд (Departure), окончательная оплата гостем услуг гостиницы [10].

Технология заселения (Check-in): процедура заселения проходит согласно установленному алгоритму, направленному на быстрое, корректное и доброжелательное обслуживание:

- 1) При виде гостя, направляющегося к стойке, поприветствуйте его стоя;
- 2) Если Вы заняты другим гостем, учтиво и с улыбкой попросите подошедшего гостя подождать.
- 3) Спросить, чем вы можете помочь гостю.
- 4) Спросить имя гостя.
- 5) Попросить гостя его паспорт (обязательно брать паспорт не с рук, а только когда гость сам его положит на ресепшн).
- 6) Спросить, можете ли вы сделать ксерокопию паспорта.
- 7) Попросить гостя заполнить регистрационную карту, показывая ручкой, где и что надо ему внести.

8) Спросить у гостя, как бы он хотел прогарантировать свое проживание (имеется 3 вида гарантии за проживание: наличным, безналичным и преавторизация).

9) Выполнить оплату.

10) Проинформировать гостя об услугах отеля (включенных в стоимость и дополнительных).

11) Выдать гостю ключ от номера, не произнося номер комнаты вслух.

12) Спросить у гостя, нужна ли ему помощь с багажом.

13) Спросить гостя, можете ли Вы ему ещё чем-нибудь помочь.

14) Попрощаться с гостем.

Технология выселения гостя в ООО «ГК «Владивосток»:

– после приветствия гостя необходимо узнать, в каком номере он проживал, и попросить у него ключ;

– спросить у гостя, пользовался ли он мини-баром;

– выдать гостю информационный счёт и уточнить, всё ли верно;

– спросить, каким способом он хотел бы оплатить проживание;

– выдать итоговый счёт, чек и фискальный чек, предложив проверить корректность;

– уточнить, нужно ли сложить документы в конверт;

– предложить помощь с багажом и трансфером.

Технология бронирования по телефону в ООО «ГК «Владивосток»:

1) приветствие и установление контакта (брать трубку стоит не позже 3 гудков);

2) уточнение деталей бронирования (даты проживания, категория номеров, количество человек, дополнительные пожелания);

3) проверка наличия номеров (Менеджер сообщает: стоимость номера за ночь/весь период, условия оплаты (предоплата, оплата при заезде), правила отмены/изменения брони, включенные услуги (завтрак, Wi-Fi, парковка);

4) консультирование гостя о номерах в наличии, соблюдая особые пожелания: (Менеджер рассказывает о площади, размере кровати, виде из окна, комплектацию номера).

4) фиксация данных гостя Менеджер запрашивает: ФИО гостя, контактный телефон и email, данные для брони (если требуется предоплата). Гость подтверждает корректность информации.

5) подтверждение бронирования. Менеджер сообщает номер брони (если есть) и дублирует информацию: даты проживания, тип номера, условия аннуляции. Может отправить подтверждение на email/SMS (если гость согласен).

6) Завершение разговора. Менеджер благодарит за бронь и прощается.

7) Фиксация в системе. Данные вносятся в систему бронирования. Если требуется предоплата – отправляется ссылка на оплату или инструкции.

Технология бронирования на сайте гостиницы:

1) Пользователь вводит параметры бронирования: даты заезда и выезда, количество гостей (взрослых/детей), тип номера (стандарт, люкс и т. д.). Система проверяет доступность номеров на выбранные даты.

2) Выбор номера и тарифа: пользователь видит список доступных вариантов с ценами, условиями (например, включен завтрак, возможность отмены). После выбора система переходит к оформлению.

3) Ввод данных гостя: заполнение информации: ФИО, контакты (email, телефон), особые пожелания (этаж, вид из окна и т. д.). Для зарегистрированных пользователей возможен автоввод данных.

4) Подтверждение брони: показ сводной информации (номер, даты, цена, условия). Есть возможность ввести промокод или выбрать дополнительные услуги (трансфер, ужин).

5) Оплата (если требуется предоплата): выбор способа оплаты (карта, электронные деньги, банковский перевод), ввод платежных данных и подтверждение транзакции. При бронировании без предоплаты – подтверждение по email/SMS.

6) Подтверждение бронирования: гость получает письмо или SMS с деталями брони (номер брони, даты, условия отмены). У гостя присутствует возможность управлять бронированием через личный кабинет (изменить даты, отменить).

Технология бронирования на сайтах бронирования:

1) Пользователь вводит критерии поиска: город / отель, даты заезда и выезда, количество гостей (взрослые/дети, их возраст), тип номера (стандарт, люкс, семейный и т. д.) Система выдает список доступных отелей с ценами.

2) Применение фильтров: цена (от дешевых к дорогим), рейтинг отеля (по отзывам), удобства (Wi-Fi, завтрак, парковка, бассейн), условия бронирования (бесплатная отмена, предоплата).

3) Выбор номера и тарифа: на сайте бронирования отображаются: типы номеров (с фото и описанием), цены (с учетом налогов и сборов), условия бронирования (возможность отмены, депозит)

4) Подтверждение бронирования: система показывает итоговую стоимость (с учетом налогов и доп.услуг). Пользователь должен согласиться с условиями отеля и нажимает «Подтвердить».

5) Оплата (если требуется):

– без предоплаты – бронь подтверждается автоматически.

- с предоплатой – выбор способа оплаты (карта, PayPal и др.), ввод данных, списание средств.

- гарантированное бронирование (например, по карте без списания, но с блокировкой суммы).

б) Получение подтверждения:

На email и телефон приходит:

- подтверждение брони (с номером бронирования).
- важные условия (время заезда, документы, отмена).

Технология обслуживания в процессе проживания в ООО «ГК «Владивосток»:

Во время проживания гости получают доступ ко всем включенным в тариф услугам и могут воспользоваться дополнительными сервисами. Обслуживание включает ежедневное обслуживание номеров с заменой постельного белья, полотенец (по стандарту или просьбе гостя), очистка поверхностей, санузла, пополнение мини- бара, вынос мусора и проветривание.

Также гости могут получить организацию экскурсий, трансфер, бронирование столиков, помощь в решении проблем (поломки, жалобы). Также доставка цветов, подарков, обслуживание VIP-гостей.

Технология обслуживания гостей в гостинице при экстраординарных ситуациях в ООО «ГК «Владивосток»:

Экстраординарные ситуации (ЧС) в гостинице требуют четкого алгоритма действий для обеспечения безопасности гостей, минимизации ущерба и сохранения репутации отеля.

К таким ситуациям относятся [11]:

- пожары, утечки газа;
- медицинские emergencies (сердечный приступ, травмы);
- криминальные инциденты (кражи, нападения);
- техногенные аварии (отключение электричества, потоп);
- стихийные бедствия (ураганы, землетрясения);
- террористические угрозы.

Есть общий алгоритм действий:

- сотрудник, обнаруживший ЧС, сообщает в службу безопасности (или администратору);

- активируется система оповещения (громкоговорители, SMS– рассылка, сирена);
- вызов экстренных служб (при необходимости);
- эвакуация гостей (если требуется);
- указание безопасных путей выхода (по плану эвакуации);

– помощь маломобильным гостям (инвалиды, пожилые, дети).

Культура предприятия – это лицо вашей компании. Это совокупность деятельности сотрудников, процессов и рабочей среды для достижения общих целей компании. К ней также относятся способы взаимодействия вашей организации с работниками, клиентами и обществом, а также их восприятие вашей компании [11].

Во внешнем виде любого сотрудника ООО «ГК «Владивосток» имеется обязательным элементом красный цвет. Сотрудники службы бронирования, в соответствии с условием наличия красного цвета в форме носят красные пиджаки/ брюки, с обязательным бейджиком с логотипом ООО «ГК «Владивосток». Прическа у всех сотрудников должна быть без торчащих волос, аккуратно заплетены волосы в хвостик или косичку. У мужчин обязательно опрятный, чистый вид. Макияж у сотрудниц натуральный, основным элементом является красная помада.

Миссия компании– стремительно укреплять позиции на отдельном рынке, расширение присутствия сети в крупных городах России.

Для ООО «ГК «Владивосток» корпоративная культура – это условие достижения амбициозных целей, для сотрудников предприятия культура предприятия заключается в крепких, дружеских взаимоотношениях с коллегами, возможность карьерного роста.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж гостиничного продукта

Гостиничный продукт – это результат хозяйственной, сервисной, интеллектуальной деятельности исполнителя, создаваемый для удовлетворения потребностей потребителя в процессе оказания услуги [12].

Каждое туристское предприятие может с помощью достаточно простых средств заниматься анализом, который поможет ему лучше узнать свой собственный продукт. Такой анализ многим руководителям и специалистам кажется слишком очевидным, ведь каждый из них полагает, что он лучше, чем кто-либо другой, знает собственное туристское предложение.

Позиционирование туристского продукта – фундаментальная концепция маркетинга для привлечения специфической клиентуры и более полного удовлетворения запросов определенного сегмента рынка [13].

Основными видами деятельности ООО «ГК «Владивосток» являются: издательская и полиграфическая деятельность, тиражирование записанных носителей информации, издание брошюр, газет, журналов буклетов, периодических изданий и аналогичных публикаций.

В газетах и журналах про ООО «ГК «Владивосток» рассказывается то, как этот отель смог достичь международного уровня и держать планку на протяжении многих лет. В брошюрах приводится краткий перечень услуг, которые может получить гость, в том числе и завтрак в виде шведского стола в их ресторане PORT Avenue.

В сети отелей ООО «ГК «Владивосток» есть программа лояльности, которая называется «Azimut Bonus». Она позволяет гостям накапливать бонусы за проживание и получать различные привилегии.

В основные особенности программы лояльности входит система накопления ночей, которая работает по принципу 1 ночь = 1 балл. После накопления 10 ночей гость получает 1 бесплатную ночь в любом отеле сети (кроме некоторых категорий номеров).

В «Azimut Bonus» присутствует 4 уровня программы со своими разными привилегиями:

- Bonus: выдается сразу после регистрации в программе лояльности и включает в себя обычное начисление бонусных баллов, доступ к эксклюзивным предложениям и распродажам и ранний заезд с 9:00; поздний выезд до 16:00.

- Silver: выдается после 70 000 баллов или 10 ночей в течение года и включает в себя +20% к начислению бонусных баллов, доступ к эксклюзивным предложениям и распродажам, ранний заезд с 9:00 и поздний выезд до 16:00.

– Gold: выдается после 150 000 баллов или 30 ночей в течение года и включает в себя +30% к начислению бонусных баллов, доступ к эксклюзивным предложениям и распродажам, ранний заезд с 9:00, поздний выезд до 16:00, комплемент при заезде, повышение категории номера до следующего уровня при заезде и бесплатный трансфер.

–Platinum: выдается после 300 000 баллов или 50 ночей в течение года и включает в себя +50% к начислению бонусных баллов, доступ к эксклюзивным предложениям и распродажам, ранний заезд с 9:00, поздний выезд до 16:00, комплемент при заезде, повышение категории номера до следующего уровня при заезде, бесплатный трансфер, гарантия предоставления номера в течение 48 часов, скидка 20% в ресторанах и барах отеля и бесплатный завтрак.

На своем официальном сайте ООО «ГК «Владивосток» размещают свои достижения в сфере услуг, свои грамоты, лицензии и в свободном доступе можно найти их историю и путь продвижения их продукта на международный рынок.

Главную роль в маркетинге занимает официальный сайт отеля, где представлена полная информация о гостинице:

- онлайн-бронирование с выбором тарифа и категории номера;
- информация о спецпредложениях, акциях, скидках;
- виртуальный тур по номерному фонду;
- фото и описание инфраструктуры (рестораны, фитнес-зал, конференц-залы);
- контактные данные, карта проезда, отзывы гостей;
- раздел для регистрации в программе лояльности AZIMUT Bonus.

Гостиница активно использует социальные сети (VK, Telegram) для размещения:

- объявлений о сезонных предложениях;
- новостей отеля;
- обратной связи с клиентами;
- историй о мероприятиях и жизни гостиницы.

Кроме того, гостиница представлена в цифровых справочниках, таких как 2ГИС, где указаны актуальные цены, адрес, часы работы, фотографии и отзывы гостей. Это позволяет потенциальным клиентам быстро ознакомиться с основными характеристиками отеля, а наличие отзывов повышает уровень доверия.

Таким образом, изучив рекламный проспект гостиницы, можно сказать, что, потенциальный клиент может составить определенное представление еще до посещения гостиницы. Чаще всего ожидаемое представление совпадает с реальным, так как рекламный проспект несет правдивую, исчерпывающую информацию.

4 Система обеспечения безопасности

Безопасность состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз. К основным объектам безопасности относятся: личность ее права и свободы; общество его материальные и духовные ценности; государство его конституционный строй, суверенитет и территориальная целостность.

Безопасность достигается проведением единой государственной политики в области обеспечения безопасности, системой мер экономического, адекватных угрозам жизненно важным интересам личности, общества и государства.

Система пожарной безопасности должна обеспечить [14]:

- 1) эффективное и своевременное обнаружение угрозы возгорания с указанием места;
- 2) оповещение службы безопасности, всех сотрудников и посетителей гостиницы (и службы пожарной охраны тоже) о пожаре;
- 3) принятие мер по предотвращению распространения огня и дыма, дымоудалению;
- 4) дверей с автоматическим управлением, в том числе лифтовых, включение светозвуковых указателей.

Нормативные документы по обеспечению безопасности:

- 1) изменен с 13 марта 2022 г. Постановление Правительства России от 5 марта 2022 г. N 289: настоящий документ устанавливает обязательные для выполнения требования к обеспечению антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения, включая вопросы их инженерно-технической укреплённости, категорирования, разработки паспорта безопасности, а также вопросы осуществления контроля за выполнением указанных требований.

Понятие «гостиница и иное средство размещения» используется в значении, указанном в Правилах предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. N 1853 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».

- 2) Ответственность за обеспечение антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения (далее гостиницы) возлагается на руководителя юридического лица, являющегося собственником гостиницы или использующего ее на ином законном основании, или физическое лицо, являющееся собственником гостиницы или использующее ее на ином законном основании (далее ответственное лицо), если иное не установлено законодательством Российской Федерации.

3) Настоящий документ носит общий характер в отношении вопросов оснащения гостиниц средствами инженерной защиты и инженерно–техническими средствами охраны. Выбор и оснащение гостиниц конкретными типами указанных средств определяются в техническом задании на создание (совершенствование) системы инженерно-технической укреплённости гостиницы в зависимости от ее категории, а также на этапах проектирования, выполнения строительно-монтажных работ, реконструкции и капитального ремонта.

4) Настоящие требования не распространяются:

а) на гостиницы, подлежащие обязательной охране войсками национальной гвардии Российской Федерации;

б) на гостиницы требования, к антитеррористической защищенности которых утверждены иными актами Правительства Российской Федерации;

в) на гостиницы, включенные в перечни мест массового пребывания людей, формируемые в соответствии с требованиями к антитеррористической защищенности мест массового пребывания людей, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 25 марта 2015 г. N 272 «Об утверждении требований к антитеррористической защищенности мест массового пребывания людей и объектов (территорий), подлежащих обязательной охране войсками национальной гвардии Российской Федерации, и форм паспортов безопасности таких мест и объектов (территорий)».

5) Для гостей ООО «ГК «Владивосток» разработаны памятки для предупреждения возникновения пожара в гостинице, а также памятка по антитеррористической угрозе. Для оповещения используются специализированные громкоговорители, световые табло с фиксированными надписями «Пожар», «Выход» и т. п., пиктограммами или светодиодные табло.

Таким образом, гостиница устанавливает требования к туристским и экскурсионным услугам, методы их контроля и предназначен для целей обязательной сертификации туристских услуг, а также отвечает за сохранность вещей потребителя, несет ответственность за вред, причиненный жизни, здоровью и имуществу потребителя вследствие недостатков при оказании услуг, компенсирует моральный вред, причиненный потребителю нарушением прав потребителя.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

ПК 4.1 Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.

В гостинице процесс обслуживания гостей начинается с бронирования номеров. Служба бронирования – это связующее звено между потенциальными гостями и гостиницей, она предоставляет возможность охватить огромное количество регионов и предлагать услуги гостиницы всем желающим.

Роль службы бронирования в гостинице нельзя недооценивать: от ее эффективности зависит коэффициент загрузки и расширения клиентской базы гостиницы. Она должна постоянно следить за конъюнктурой, собирая заявки на бронирование и фиксируя любое повышение спроса, которое гостиница могла бы использовать, увеличивая стоимость размещения и давая предприятию больший доход. Номера не забронированные заранее передаются для непосредственной продажи в службу размещения, предлагающую гостям данные номера по более высокой цене.

Службу бронирования возглавляет менеджер, который управляет и координирует ее деятельность, контролирует процесс обучения и развития агентов отдела бронирования и участвует в разрешении проблемных ситуаций. Агент по бронированию обеспечивает быстрое и эффективное обслуживание гостей, принимает запросы на бронирование номеров и услуг и предоставляет точную информацию по интересующим вопросам. В случае высокой загрузки все принимают звонки и совершают операции по бронированию. Менеджер отдела бронирования следит в первую очередь за тем, чтобы прием заявок и процедура бронирования осуществлялись в соответствии со стандартами, а также за урегулированием сложных ситуаций. Клерк отвечает на входящие звонки, занимается индивидуальным и групповым бронированием. Team leader выполняет те же функции, что и клерк, а также заменяет менеджера в его отсутствие. Координатор отдела бронирования проводит проверку броней: звонит гостям, чтобы узнать актуальность запроса, уточняет время заезда, необходимость предоставления визовой поддержки или трансфера, выясняет, не возникла ли потребность в каких-либо дополнительных услугах [15].

К функциям службы бронирования относятся:

- 1) прием заявок и их обработка;
- 2) составление необходимой документации – графиков заезда на каждый день, неделю, месяц, квартал или год, карты движения номерного фонда;
- 3) оказание визовой поддержки;
- 4) изучение спроса на гостиничные услуги.

ПК 4.2 Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.

Служба бронирования и продаж часто является отдельным подразделением в структуре гостиницы. В её состав могут входить, например:

Руководитель службы – координирует деятельность подразделения, разрабатывает политику и процедуры бронирования.

Специалисты по бронированию – обрабатывают бронирования от гостей через телефон, электронную почту или онлайн– платформы.

Аналитики данных – анализируют рынок и спрос на номера, мониторят эффективность маркетинговых кампаний.

Техническая поддержка и IT- специалисты –обслуживают и поддерживают программное обеспечение для бронирования, решают технические проблемы.

Координаторы по обслуживанию клиентов – следят за удовлетворённостью гостей и решают проблемы, которые могут возникнуть в процессе бронирования или пребывания.

Агенты по продажам и резервации – работают на фронт– офисе или в контактном центре отеля, принимают звонки, консультируют клиентов и оформляют бронирования [14].

ПК 4.3 Контролировать текущую деятельность сотрудников службы приема и размещения для поддержания требуемого уровня качества.

Контроль за деятельностью сотрудников службы бронирования и продаж является неотъемлемой частью обеспечения высокого уровня качества обслуживания гостей. Этот процесс включает в себя мониторинг выполнения задач, соблюдение стандартов обслуживания, оценку эффективности работы и своевременное выявление, и устранение проблем.

Для эффективного контроля необходимо разработать систему ключевых показателей эффективности (KPI), которые позволяют оценить работу каждого сотрудника и службы в целом. KPI могут включать в себя количество обработанных запросов, объем продаж, среднее время обработки запроса, уровень удовлетворенности клиентов и другие показатели.

Мониторинг выполнения задач может осуществляться с помощью программного обеспечения для управления бронированием (PMS), которое позволяет отслеживать статус каждого бронирования, время обработки запроса и другие параметры. Также можно проводить выборочные проверки телефонных разговоров и переписки по электронной почте для оценки соблюдения стандартов обслуживания.

Оценка эффективности работы сотрудников должна проводиться регулярно на основе KPI и других данных. Результаты оценки должны быть доведены до каждого сотрудника и использованы для разработки индивидуальных планов развития. Также можно проводить

конкурсы и другие мероприятия для стимулирования сотрудников и повышения их мотивации.

Своевременное выявление и устранение проблем является важной частью контроля за деятельностью службы бронирования и продаж. Для этого необходимо установить систему обратной связи с клиентами, которая позволяет получать информацию о качестве обслуживания и выявлять проблемные зоны. Также необходимо проводить регулярные совещания с сотрудниками для обсуждения проблем и поиска путей их решения.

Для обеспечения эффективного контроля необходимо разработать систему мотивации и стимулирования сотрудников. Система мотивации должна включать в себя как материальные, так и нематериальные стимулы, которые мотивируют сотрудников на достижение высоких результатов. Например, можно выплачивать премии за выполнение KPI, предоставлять дополнительные выходные дни или возможность обучения на специализированных курсах.

Для обеспечения эффективного контроля необходимо регулярно проводить обучение и повышение квалификации сотрудников. Обучение должно включать в себя тренинги по продажам, обслуживанию клиентов, использованию программного обеспечения и другим необходимым навыкам. Также следует регулярно проводить оценку работы сотрудников и предоставлять им обратную связь для улучшения их профессиональных качеств [16].

6 Индивидуальное задание

1) Организация рабочего места.

Организация рабочего места в службе бронирования является одним из ключевых элементов эффективной работы персонала гостиницы. Грамотно оборудованное и структурированное рабочее пространство способствует более высокой производительности, снижению утомляемости и ошибок сотрудников, а также обеспечивает надлежащий уровень обслуживания гостей. Рабочее место должно соответствовать санитарно– гигиеническим, эргономическим, техническим и профессиональным требованиям, установленным для данного вида деятельности.

В первую очередь, организация рабочего места включает подбор и расстановку мебели. Рабочее место сотрудника службы бронирования должно быть оборудовано эргономичным столом и креслом с возможностью регулировки по высоте. Рабочая поверхность должна быть достаточно просторной для размещения персонального компьютера, телефонного аппарата, письменных принадлежностей и текущих документов. Все элементы должны быть расположены таким образом, чтобы сотрудник мог быстро переключаться между задачами без лишних движений [16].

2) Изучение интерфейса и порядка использования специализированного программного обеспечения для гостиничного предприятия.

Изучение интерфейса и порядка использования специализированного программного обеспечения является важным этапом в работе гостиничного предприятия. От этого зависит эффективность работы сотрудников и качество предоставляемых услуг.

Первым шагом в изучении специализированного ПО является ознакомление с интерфейсом программы. Необходимо изучить все элементы интерфейса, их назначение и взаимодействие между собой. Также важно понимать, какие данные необходимо вводить и как они используются в программе.

Следующим шагом является изучение порядка использования ПО. Необходимо знать, как работать с программой, какие функции она предоставляет и как их использовать для решения конкретных задач. Например, если программа предназначена для бронирования номеров, необходимо понимать, как создавать новые бронирования, изменять существующие и удалять их.

Также важно изучить возможности программы, ее ограничения и возможности расширения. Это поможет избежать ошибок при работе с ПО и использовать его максимально эффективно.

В целом, изучение интерфейса и порядка использования специализированного ПО для гостиничного предприятия является важным шагом в работе предприятия. Оно позволяет сотрудникам эффективно работать с программой и предоставлять качественные услуги клиентам [17].

3) Использование технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ для приема заказа.

Информационная технология – системно организационная совокупность методов и средств реализации операций сбора, регистрации, передачи, накопления, поиска, обработки и защиты информации на базе применения развитого программного обеспечения, телекоммуникаций, технических средств. Современные информационные технологии основаны на использовании компьютеров, объединенных в локальные, региональные и компьютерные сети для хранения и сбора информации.

Возможности программного обеспечения в гостиничном бизнесе:

- 1) учёт заявок и клиентов на базе данных;
- 2) печать документов, выдаваемых клиенту и отсылаемых партнерами;
- 3) печать прайс-листов;
- 4) online бронирование.
- 5) выбор оптимального варианта для клиента из многих предложений;
- 6) размещение заказов в базе;
- 7) оценка эффективности затрат;

Последовательность и технология резервирования мест:

Существует определенная технология резервирования мест в гостинице:

- при поступлении запроса на бронирование оформляется заявка.
- служащий, принимающий заявку, должен проверить историю клиента и по результатам проверки сделать соответствующий пометки, либо отказать в бронировании.
- отдел бронирования ведет историю гостей, в ней указываются все пожелания и предпочтения гостя.

4) Оформление бронирования с использованием телефона.

Телефонное бронирование обычно осуществляется сотрудниками службы приёма и размещения или специальным отделом бронирования. Работники, принимающие звонки, должны быть не только технически подготовлены, но и обучены основам делового общения, телефонного этикета и скриптам разговора. Вежливость, корректность, умение слушать и чётко формулировать информацию – обязательные компетенции.

Процесс начинается с приёма звонка. Сотрудник обязан сразу же поприветствовать клиента, назвать название гостиницы и своё имя. Далее следует уточнение цели звонка, после

чего – сбор всей необходимой информации: даты заезда и выезда, количество гостей, тип номера, пожелания (например, размещение на определённом этаже, наличие балкона, вид из окна, дополнительные услуги и т.д.). Чем подробнее собрана информация, тем точнее будет предложено решение.

После сбора данных сотрудник обязан в режиме реального времени проверить наличие номеров в системе управления (например, Shelter или Opera) и предложить клиенту варианты размещения. При этом важно озвучить не только категорию номера, но и стоимость, включённые услуги, условия отмены и оплаты. Информация должна быть донесена чётко, с пояснениями всех нюансов.

Телефонное бронирование требует особой внимательности и оперативности. Важно не допускать ошибок при записи данных, грамотно оформить заявку и сохранить историю обращения. Многие гостиницы используют IP– телефонию, которая автоматически фиксирует дату, время звонка, продолжительность и может сохранять аудиозаписи для контроля качества обслуживания и разрешения спорных ситуаций [18].

5) Оформление бронирования с использованием Интернета и туроператора

Для заключения договора о реализации туристского продукта турист может передать туроператору, турагенту информацию в электронной форме (заявку о заключении договора о реализации туристского продукта и иные документы). Такая заявка может быть размещена туристом:

- на официальном сайте туроператора;
- на официальном сайте турагента;
- подана через онлайн-систему бронирования.

Для оформления заявки на сайте туристу необходимо зарегистрироваться и создать личный кабинет. Логин и пароль от данного кабинета автоматически направляются электронным сообщением на адрес электронной почты, предоставленный туристом. При отсутствии у туриста электронной почты сведения необходимые для доступа к личному кабинету, направляются туристу иным доступным способом, в том числе посредством смс– сообщения.

Заявка должна содержать сведения о туристе: фамилия, имя и отчество (при наличии); серия, номер и вид документа, удостоверяющего личность; телефон для связи, адрес электронной почты (при наличии).

Необходимые для заключения договора документы могут быть предоставлены туристом туроператору или турагенту:

- путем размещения их на сайте туроператора или турагента после авторизации туриста;
- при личном приеме.

Документы, которые необходимо предоставить туроператору, определяются туроператором исходя из конкретных условий заявки (например, загранпаспорт, свидетельство о рождении детей и другое).

Договор со стороны туриста подписывается полученной в установленном порядке простой электронной подписью, а со стороны туроператора или турагента – усиленной квалифицированной электронной подписью [19].

6) Оформление бронирования через сайты отелей и системы интернет– бронирования.

Программы для бронирования отелей интегрируются с сайтом гостиницы: отельерам помогают вести отчетность, а гостям подбирать и оплачивать номер. Рассказываем, как работают системы бронирования, чем отличаются, как выбрать подходящую и какие предложения доступны на рынке.

Система бронирования – это программа, которая помогает отелям и гостиницам управлять платежами и заявками. Она позволяет автоматизировать рутинные задачи. Так удобно контролировать информацию о доступных и занятых номерах, гостях и услугах.

Программу загружают на сайт, чтобы гости могли посмотреть наличие мест в режиме реального времени, узнать цену, получить расчет на нужный срок и забронировать номер.

Более продвинутые системы бронирования предлагают больше возможностей: совершать дополнительные и перекрестные продажи, интегрироваться с другими приложениями. Так можно передавать данные в МВД, связываться с программами бухучета, управлять уборкой и выдавать электронные ключи.

Чтобы начать работать в системе, ее нужно добавить на сайт. На отдельной странице гость выбирает номер и тариф – бронь отображается у отельера, а программа безопасно обрабатывает платеж. После транзакции клиент получает письмо с подтверждением.

Системы бронирования можно разделить по разным признакам.

По доступу:

- облачные – данные хранятся на сервере провайдера, а отельер оплачивает подписку за пользование программой;
- серверная – в гостинице устанавливают собственный сервер и нанимают специалистов по обслуживанию.

Специализированные:

- для хостелов – отображают количество занятых кроватей в комнатах;
- для пансионатов – можно добавлять услуги по лечению;
- для загородных отелей – программа интегрируется с ресторанными системами.

По размеру номерного фонда: программа подходит для крупных сетевых отелей или для хостелов и мини– гостиниц [20].

7) Оформление индивидуального бронирования.

Оформление брони для каждого гостя – ключевая задача отдела бронирования, от которой зависят и удовлетворенность клиента, и прибыль отеля. Это целый процесс, начинающийся с получения запроса от гостя и заканчивающийся внесением подтвержденной брони в систему управления отелем (PMS).

Этапы бронирования:

1) Прием запроса: запросы приходят разными путями: телефон, email, сайт отеля, или онлайн– платформы (OTA), например, Booking.com. Сотрудник должен быстро и профессионально ответить, внимательно выслушать пожелания гостя о датах, типе номера, количестве человек и других требованиях. Важно уточнить детали, чтобы не было недоразумений.

2) Проверка наличия номеров: используя PMS, сотрудник проверяет, есть ли свободные номера нужной категории на выбранные даты. Учитывается не только количество номеров, но и их особенности (вид, этаж). Если нужных номеров нет, предлагаются альтернативы, максимально соответствующие запросам гостя: другой номер, другие даты, или другой отель сети (если есть).

3) Расчет стоимости: цена зависит от категории номера, сезона, длительности пребывания и акций. Сотрудник четко объясняет, из чего состоит общая стоимость, и рассказывает, что включено (завтрак, Wi-Fi, спортзал).

4) Внесение данных в PMS: в систему вносятся данные гостя (имя, контакты, данные карты для гарантии), информация о номере, датах, цене и особых пожеланиях. Важно проверить правильность информации.

5) Подтверждение брони: подтверждение с номером брони, датами, типом номера, ценой и контактами отеля отправляется гостю по email или другим удобным способом. Это официальное подтверждение, гарантирующее предоставление номера.

Хорошо организованный процесс бронирования обеспечивает высокий уровень сервиса, оптимизирует загрузку отеля и увеличивает прибыль. Внимательное отношение к каждому запросу, оперативная работа с информацией и четкое подтверждение бронирования – залог успеха отдела бронирования и положительного впечатления гостей.

8) Оформление группового, от компаний и коллективного бронирования.

Групповым считают заказ от 5 номеров в стандартных отелях. Для санаториев, апарт-комплексов и бутиковых гостиниц минимальный порог снижается до 3 номеров. Крупные сетевые отели устанавливают планку от 10 номеров – это позволяет сохранить баланс между индивидуальными и коллективными заездами в высокий сезон.

Различия в критериях связаны с бизнес– моделью. Например, отели премиум– класса фокусируются на корпоративных группах с гарантированной предоплатой, тогда как бюджетные объекты чаще работают с туроператорами по гибким тарифам.

Основные типы групп.

Частные мероприятия:

Свадьбы, юбилеи и семейные праздники требуют персонализированного подхода. Сейчас популярны пакеты «всё включено» – проживание, банкетный зал, трансферы и декорирование. Ключевой тренд – интеграция дополнительных услуг: фотосессии, анимация и экскурсии.

Частные групповые бронирования связаны с личными событиями клиентов. Свадьбы, семейные праздники, корпоративные выезды сотрудников – все это примеры подобных заказов. Основная задача отеля – обеспечить комфортное размещение для всех участников группы, учитывая их потребности.

Важно согласовать детали заранее:

- количество номеров;
- даты заезда и выезды;
- дополнительные услуги.

Например, для свадебного торжества может потребоваться банкетный зал, трансфер для гостей или ранний завтрак. В таких случаях отель часто предлагает специальные условия – скидки на блок номеров или бесплатные дополнения к базовому пакету. Корпоративные клиенты:

Юридические групповые бронирования оформляются от имени организаций. Конференции, деловые встречи, обучающие семинары – типичные сценарии. Здесь ключевую роль играют договорные отношения. Отель и заказчик согласуют не только условия размещения, но и финансовые обязательства: предоплату, штрафы за отмену, порядок расчетов.

Корпоративные клиенты часто запрашивают индивидуальные условия. Скидки на крупные блоки номеров, аренду конференц-залов, организацию кейтеринга – все это становится частью общего заказа. При этом сроки бронирования обычно длиннее, чем в частных случаях.

Юридические аспекты требуют внимания к деталям. Например, в договоре прописывают ответственность за повреждение имущества, правила отмены брони и порядок урегулирования споров. Бизнес– группы приносят стабильный доход вне сезонности. Что востребовано при корпоративных групповых бронированиях?

- конференц-залы с гибридным оборудованием;
- гибкие условия аннуляции;

– отдельные зоны Wi-Fi с повышенной скоростью.

Для таких клиентов разрабатывают индивидуальные тарифы с фиксированной стоимостью номерного фонда.

9) Внесение изменений в листы ожидания и оформление заявок на резервирование номеров.

Клиенты не полностью аннулируют заказ, а изменяются только некоторые поля. Обычно это – сроки проживания, количество персон, категории номера, особые пожеланий гостей. Такие изменения фиксируются сотрудниками отдела бронирования в специальном бланке или делаются пометки в журнале заявок на размещение, и вносятся в компьютер.

Листы ожидания проверяются ежедневно. Если номера освобождаются, сотрудники отдела бронирования сообщают клиентам, внесенным в лист ожидания. Приоритет определяется менеджером отдела.

Если бронирование невозможно по тем или иным причинам, то в таком случае отдел бронирования высылает официальный отказ в размещении, с извинения, причину отказа, сообщает период улучшения ситуации со свободными номерами выражает надежду на дальнейшее сотрудничество.

При полной аннуляции сотрудник также обязан внести данные в PMS, указать причину отмены (если предусмотрено), инициировать возврат денежных средств (при необходимости) и направить клиенту подтверждение об отмене бронирования. Если бронь была оформлена через OTA (Booking.com, Ostrovok и др.), необходимо либо выполнить отмену через Channel Manager, либо вручную внести изменения в платформу. Несогласованное действие может привести к недовольству гостя или даже штрафу со стороны платформы.

Для корпоративных клиентов и туроператоров любые изменения также сопровождаются документальной фиксацией. В случае отмены – составляется уведомление, пересчитываются суммы предоплаты, могут формироваться корректирующие счета и акты. Особенно важно сохранять переписку и протоколировать все изменения – это защищает интересы гостиницы при возникновении спорных ситуаций.

10) Внесение дополнительной информации в заказ на бронирование.

Любые изменения и аннуляция заказа в гостинице должны производиться письменно, через менеджера по электронной почте;

Во избежание штрафных санкций все бронирования должны быть аннулированы в сроки, указанные в системе бронирования;

Заказчик в гостинице обязан оплатить все штрафные санкции и другие финансовые потери, если нарушит правила и сроки аннулирования заказа;

Если гость от фирмы не явился в отель в день, с которого был забронирован номер или вовремя не отменил заказ, гостиница вправе удержать стоимость одних суток проживания за каждый забронированный номер;

Стоимость неиспользованных ночей не возвращается, если заказчик заехал в гостиницу позже забронированной даты.

Возврат денежных средств, в случае аннуляции заказа, гостиница производит с учетом условий аннуляций, указанных в заказе.

11) Оформление счетов на полную или частичную предоплату и подтверждение о резервировании номеров.

При получении письма– заявки на размещение в гостинице сотрудник отдела бронирования заполняет соответствующий бланк или вносит наиболее важные данные, в журнал резервирования номеров. Далее он регистрирует заявку в электронной системе бронирования и присваивает ей порядковый номер. На основе этого формируется 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 номера при неявке гостя или поздней аннуляции бронирования клиентом.

В гостинице сотрудник отдела бронирования подготавливает подтверждение бронирования, куда вносятся все необходимые данные. Номером подтверждения будет являться тот же номер, под которым была зарегистрирована заявка на размещение. Подтверждение бронирования необходимо производить на том же языке, на котором была составлена заявка на размещение. При гарантированном бронировании указывается период ожидания гостя, после которого вступают в силу штрафные санкции, применяемые в случае поздней аннуляции заказа на размещение или неприбытия в гостиницу. При негарантированном бронировании указывается время, до которого гость может рассчитывать на получение забронированного им номера. Как правило, текст подтверждения бронирования начинается с благодарности за выбор данного отеля [21].

В гостинице сотрудник отдела бронирования должен запросить имя гостя, адрес, количество забронированных номеров, дату заезда и выезда, а также номер подтверждения, если таковой существует. После того как была произведена аннуляция бронирования, сотрудник отдела бронирования называет гостю номер аннуляции заказа и спрашивает, будет ли гость осуществлять какое– либо другое бронирование.

12) Оформление бланков, внесение изменений в бланки при неявке, отмене и аннуляции бронирования.

Служба бронирования выполняет не только бронирование номеров, но и производит аннуляцию заказов на бронирование. При полной аннуляции бронирования заполняется бланк «Отмена бронирования».

Все операции по бронированию, изменениям, отменам должны быть письменно зафиксированы и внесены в компьютерную программу. Для удобства в работе бланки «Новое резервирование», «Изменение», «Отмена бронирования» имеют разный цвет.

Аннуляция негарантированного бронирования:

Сотрудник отдела бронирования должен запросить имя гостя, адрес, количество забронированных номеров, дату заезда и выезда, а также номер подтверждения, если таковой существует. Эта информация помогает правильно осуществлять аннуляцию бронирования. После того как была произведена аннуляция бронирования, сотрудник отдела бронирования называет гостю номер аннуляции заказа и спрашивает, будет ли гость осуществлять какое-либо другое бронирование. Сотрудник должен удостовериться, что заказ на бронирование отменен и создан документ аннуляции бронирования с соответствующим номером.

Аннуляция гарантированного бронирования:

Большинство компаний международных платежных систем, выдающих кредитные карты, позволяют взимать штрафы в случае неприбытия гостя только при том условии, если отель выдает особый номер аннуляции. При заблаговременной аннуляции бронирования гостем, во избежание недоразумений, особенно финансовых, сотрудники отдела бронирования должны руководствоваться установленными правилами аннуляции гарантированного бронирования по кредитной карте [22].

13) Отслеживание и получение обратной связи от соответствующих служб отеля.

Получение обратной связи от служб отеля – важный этап в процессе управления качеством обслуживания и эффективной работы гостиницы. Это включает в себя систематическое сбор информации от различных подразделений, таких как служба уборки, технический отдел, рецепция, ресторан и другие. Цель – получить объективную и своевременную оценку текущих процессов, выявить возможные проблемы и предложения по улучшению.

Обратная связь помогает выявить узкие места в работе, которые могут влиять на комфорт гостей или внутреннюю организацию. Например, если служба уборки сообщает о нехватке расходных материалов или технический отдел фиксирует частые поломки оборудования, это сигнал для оперативного реагирования со стороны руководства.

Для получения обратной связи используются различные инструменты: регулярные совещания, электронные опросы, анкеты, системы учета заявок и жалоб. В современных отелях широко применяются автоматизированные системы, которые позволяют отслеживать статус запросов и фиксировать ответы служб в реальном времени.

Отслеживание обратной связи – это не только сбор информации, но и анализ полученных данных с целью выявления тенденций и оценки эффективности уже внедренных мер. Например, если после внедрения новой процедуры работы службы уборки количество жалоб сократилось, значит, изменения были успешными [21].

14) Предоставление гостям информации о наличии свободных номеров запрошенной категории на требуемый период и их стоимости.

Информирование гостей о наличии свободных номеров – одна из ключевых функций службы бронирования отеля. Это процесс предоставления актуальной информации о доступных типах номеров, их количестве и условиях проживания, что позволяет гостям быстро и удобно выбрать подходящий вариант для бронирования.

Актуальность и точность информации здесь играют первостепенную роль. Важно, чтобы данные о свободных номерах обновлялись в режиме реального времени, чтобы избежать ситуаций, когда гость получает устаревшую информацию, что может привести к разочарованию и негативному впечатлению от гостиницы.

Кроме наличия номеров, гостям также предоставляют информацию о стоимости проживания, включая базовую цену, возможные скидки, акции, а также дополнительные платежи, например, за завтрак, парковку или пользование услугами SPA.

Информирование может происходить через различные каналы: телефонные звонки, электронную почту, официальный сайт отеля, онлайн-чат или через туристические агентства. При этом сотрудники службы бронирования должны владеть всей необходимой информацией и уметь грамотно преподнести ее клиентам [23].

15) Предоставление гостям информации об условиях аннуляции бронирования и возможных штрафных санкциях.

Служба бронирования выполняет не только бронирование номеров, но и производит аннуляцию заказов на бронирование. При полной аннуляции бронирования заполняется бланк «Отмена бронирования».

Запрашивается информация о бронировании номера. Эта информация включает имя гостя, его адрес, количество забронированных номеров, даты заезда и выезда, номер бронирования. В процессе отмены бронирования гостю также сообщается номер аннуляции. Сотрудник отдела бронирования должен объяснить клиенту, что номер аннуляции должен быть сохранен как гарантия своевременной аннуляции бронирования в случае возникновения каких-либо финансовых претензий со стороны отеля. Номер аннуляции состоит из даты, инициалов и кода сотрудника, осуществляющего аннуляцию.

Отмечается, что бронирование номера аннулировано, документу присваивается соответствующий номер аннуляции, а также проставляется дата аннуляции. Если аннуляция про-

изводится не самим гостем, а по его просьбе, то проставляется имя того, кто производит аннуляцию.

Номер аннуляции бронирования вносится в общую ведомость.

Все сведения по данной аннуляции вносятся в базу данных компьютера отеля для статистики, анализа и дальнейшей выработки политики отеля в плане резервирования номеров. Эта информация сохраняется в памяти компьютера до следующего возможного приезда гостя.

Действия по отмене бронирования, сделанного по предоплате, в разных отелях могут отличаться между собой. Предоплата должна быть возвращена гостю после процесса аннуляции бронирования. Возможно письменное подтверждение аннуляции, высылаемое отелем в адрес клиента, турагентства или компании.

16) Отслеживание и проверка обновляющейся информации по бронированию мест и специальных заказам на услуги и состоянию номерного фонда.

Бронирование – предварительный заказ мест и номеров в гостинице. Рентабельность гостиницы в первую очередь зависит от службы бронирования, так как служба бронирования выполняет функцию сбыта гостиничных услуг и продукта.

Процесс бронирования – это процесс рассмотрение заказ номеров и мест в гостинице и налаживание сотрудничества между работниками гостиницы и гостями. Это первый этап цикла обслуживания гостей и именно со службы бронирования начинается обслуживание гостей предприятий индустрии гостеприимства. Служба бронирования существует отдельно в отелях высокой категории или в крупных предприятиях размещения.

Службу бронирования возглавляет менеджер, он по большей части находится на одном служебном уровне с главным администратором и подчиняется директору отдела обслуживания или директору отдела сбыта. По моему мнению, это связано с тем, что отдел бронирования функционально связан со сбытом и напрямую влияет на доход.

Количество служащих зависит от размеров гостиницы и составляет 3–5 человек и их основная задача заключается в реализации самого большого количества номеров отеля за максимально высокую цену. Кроме этого, отдел исследует рынок – изучает динамику спроса на гостиничные услуги, анализирует заполнения номеров, программу мероприятий, и вместе со службой маркетинга прогнозирует деятельность гостиницы.

Отдел бронирования должен постоянно следить за конъюнктурой, собирая заявки на бронирование и фиксируя любое повышение спроса, которое гостиница могла бы использовать, увеличивая стоимость размещения и давая предприятию больший доход.

Клиент заходит на сайт, где система бронирования выступает простым посредником между конечным пользователем (клиентом) и сотрудником гостиницы. (В таких системах

запрос чаще всего с помощью HTML– форм) передается оператору гостиницы, после чего оператор (чаще всего с помощью электронной почтой) отправляет клиенту результат обработки его запроса и, в случае недостаточного количества информации, посылает запрос на дополнительную информацию, который клиент должен отослать опять– таки с помощью электронной почтой.

17) Передача информации соответствующим службам отеля об особых или дополнительных требованиях гостей к номерам и заказанным услугам.

В гостиничном бизнесе важно, чтобы каждый гость чувствовал себя особенным. Для этого отель должен знать об их потребностях и пожеланиях. Отдел бронирования, который первым общается с гостем, играет здесь ключевую роль. Они собирают информацию и передают её другим службам отеля, чтобы те могли подготовиться к приезду и обеспечить максимально комфортное пребывание.

Сбор информации при бронировании: сотрудник отдела бронирования задаёт вопросы, чтобы узнать, что важно для гостя. Это могут быть вопросы о здоровье (аллергии), семье (детская кроватка), номере (для некурящих, тихий) или услугах (трансфер). Собранная информация кодируется в системе отеля (PMS). Например, «ALRG– FOOD» – аллергия на еду, «BABY– CRIB» – нужна детская кроватка. Передача информации службам: информация передается различным службам отеля как можно раньше. Например, информация о трансфере передается службе приема и размещения, а информация об аллергии – в ресторан.

1) Способы передачи: информация может передаваться автоматически через систему, по электронной почте или по телефону. Главное, чтобы способ был надежным, и информация не терялась.

2) Контроль получения: отель должен убедиться, что информация не только передана, но и получена и обработана. Например, сотрудник отдела бронирования может связаться с рестораном, чтобы убедиться, что об аллергии гостя знают.

3) Обучение персонала: все сотрудники отеля должны знать, как работать с информацией о потребностях гостей.

Когда отель знает о потребностях гостя, он может предложить ему индивидуальный сервис, который сделает пребывание максимально комфортным и запоминающимся. Это повышает лояльность гостей и улучшает репутацию отеля.

18) Контроль над передачей незабронированных номеров для продажи в службу приема и размещения.

Служба приема. От этой службы зависит первое впечатление гостя о гостинице. Задачи службы – контроль процесса приема и размещения гостей, разрешение конфлик-

тов. Служба размещения в гостинице использует незарезервированные номера для непосредственной продажи клиентам по более высокой цене.

В менеджменте гостинице ключевое значение имеет маркетинговая аналитика, построенная на учете количества не сданных номеров. Подобные данные дают возможность спрогнозировать доход от бронирования.

Кроме указания числа не прибывших гостей, количества продленных пребываний и досрочных отъездов, отчет по бронированию содержит:

- отчет о сделке – текущие данные о ежедневном бронировании (кол-во резервации, изменения сроков, отмены брони, кол-во не заехавших клиентов)
- отчеты об отказах
- отчет по прогнозированным доходам – расчет вероятной прибыли от резервирования [24].

19) Создание отчетов по бронированию.

В организации и эффективном управлении деятельностью отеля важное значение имеют маркетинговые исследования построены на учете количества нереализованных номеров (мест), что дает возможность прогнозировать доходы от их бронирования. Отчет по бронированию состоит из:

- отчет о сделке, то есть указывается информация о ежедневном бронировании, а именно количество забронированных номеров, изменения в сроках, отмена бронирования, возможны изменения в количестве занятых номеров, не прибывших клиентах и прочее;
- отчеты по отказам, которые содержат информацию о количестве отказов клиентам по причине занятых номеров по предварительному заказу;
- отчет по прогнозированию доходов. В отчете представляется расчет возможного дохода от бронирования с указанием суммы, полученной путем умножения забронированных номеров на их стоимость.

В отчетах по бронированию указывается информация о количестве лиц, поселенных в номере, источник бронирования, количество не прибывших клиентов, количество продленных визитов и досрочных отъездов, согласованных с отелем.

Таким образом, подготовка подтверждающих документов и работа с отчетностью – это финальный и одновременно системообразующий этап в деятельности службы бронирования. Он требует внимательности, знания нормативных требований, навыков работы с документацией и аналитическими инструментами. Качественное выполнение этих задач повышает управляемость гостиничного бизнеса, укрепляет доверие со стороны клиентов и обеспечивает правовую защиту предприятия [25].

Заключение

Целью учебной практики является: углубление, дополнение и закрепление теоретических знаний по модулю ПМ. 04 «Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж».

В ходе прохождения практики были выполнены следующие задачи:

- 1) организовала рабочее место;
- 2) изучила интерфейс и порядок использования специализированного программного обеспечения для гостиничного предприятия;
- 3) использовала технические, телекоммуникационные средства и профессиональные программы для приема заказа;
- 4) оформила бронирование с использованием Интернета и туроператора;
- 5) оформила групповое, от компаний и коллективное бронирование;
- 6) внесла изменение в листы ожидания об оформлении заявок на резервирование номеров;
- 7) оформила счета на полную или частичную предоплату и подтверждение о резервировании номеров;
- 8) отслеживала и получала обратную связь от соответствующих служб отеля;
- 9) предоставляла гостям информацию об условиях аннуляции бронирования и возможных штрафных санкциях;
- 10) контролировала передачу незабронированных номеров для продажи в службу приема и размещения.

Гостиничная индустрия сегодня – это быстроразвивающаяся и перспективная отрасль, которая приносит большие прибыли. Благодаря тому, что гостиничный бизнес способен давать стабильный доход в федеральный бюджет, количество отелей и гостиниц в России растет с каждым годом. Вследствие этого появляется жесткая конкуренция, и менеджерам приходится прибегать к неординарным маркетинговым идеям и различного вида акциям.

За прошедшие годы работы ООО «ГК «Владивосток» заработало себе отличное имя и надежную репутацию. Гостиница награждена грамотами и сертификатами, официально подтверждающие признание организации как трудолюбивой и добросовестной компании.

Роль службы бронирования в гостинице нельзя недооценивать: от ее эффективности зависит коэффициент загрузки и расширения клиентской базы гостиницы. Она должна постоянно следить за конъюнктурой, собирая заявки на бронирование и фиксируя любое повышение спроса, которое гостиница могла бы использовать, увеличивая стоимость размещения и давая предприятию большой доход. Номера не забронированные заранее передаются для

непосредственной продажи в службу размещения, предлагающую гостям данные номера по более высокой цене.

Таким образом, ООО «ГК «Владивосток» – это международная сеть бизнес–отелей, объединяющая под своим брендом объекты в городах России, Германии и Австрии. Компания AZIMUT Hotels стала первым оператором, которому удалось вывести российский гостиничный бренд на европейский рынок. ООО «ГК «Владивосток» современный и единственный бизнес-отель 4* на Дальнем Востоке с крупнейшим номерным (378) фондом; крупнейший конференц-отель приморской столицы.

Вовремя пребывания на практике на предприятии ООО «ГК «Владивосток» были закреплены теоретические знания и умения, приобретены знания о специальности, которая поможет в будущем адаптироваться быстрее на рабочем месте в этой сфере.

В этом отчете было проанализирована деятельность гостиницы, требования, чтобы гостиница правильно функционировала, что нужно ООО «ГК «Владивосток» чтобы развиваться и дальше на рынке и выносить свои плоды за рубеж.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 К вопросу о специфике индустрии гостеприимства // Похомчикова Елена Олеговна. Статья cyberleninka: [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k> (дата обращения 12.06.2025).
- 2 AZIMUT Hotels // Общая информация/ История компании: [сайт]. – URL: <https://azimuthotels.com/upload/> (дата обращения 13.06.2025).
- 3 Нормативная документация, регламентирующая деятельность гостиниц при приеме, регистрации и размещении гостей// Мультиурок [сайт]. – URL: <https://multiurok.ru> (дата обращения 12.06.2025).
- 4 Общество с ограниченной ответственностью// [сайт]. – URL: <https://torg.1c.ru> (дата обращения 13.06.2025).
- 5 Линейно-функциональная структура управления// [сайт]. – URL: <https://bbooster.online.html> (дата обращения 13.06.2025).
- 6 Служба бронирования // Мультиурок. [сайт]. – URL: <https://multiurok.ru/files/.html> (дата обращения 13.06.2025).
- 7 StudFiles/ Служба организации питания; коммерческая служба; инженерно-техническая служба/ [сайт]. – URL: <https://studfile.net> (дата обращения 13.06.2025).
- 8 Контрагент ООО «АЗИМУТ ХОТЕЛС КОМПАНИ»// [сайт]. – URL: <https://www.audit-it.ru> (дата обращения 13.06.2025).
- 9 Технология обслуживания в сфере гостеприимства// [сайт]. – URL: <http://tourfaq.net> (дата обращения 13.06.2025).
- 10 Совершенствование маркетинговой деятельности ООО «Азимут-пресс»// Сычева цА.В/ Иваницкая Я. И./ cyberleninka [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения 13.06.2025).
- 11 Работа с жалобами гостей в гостинице // Travelline. [сайт] – URL: <https://www.travelline.ru> (дата обращения 13.06.2025).
- 12 Экстраординарные ситуации в отеле // Инфоурок. [сайт] – URL: <https://infourok.ru> (дата обращения 13.06.2025).
- 13 Методика определения потребностей службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда. // Студопедия.нет [сайт]. – URL: <https://studopedia.net/> (дата обращения 13.06.2025).
- 14 Менеджмент и управление в гостиничном деле // СПКМО. [сайт] – URL: <https://spkmo.ru> (дата обращения: 14.06.2025).

- 15 Стратегия отеля // TravelLine: блог гостиничного бизнеса. [сайт] – URL: <https://www.travelline.ru> (дата обращения: 14.06.2025).
- 16 Какие KPI использовать для отдела бронирования? // BigTree: блог. [сайт] – URL: <https://www.bigt.ru> (дата обращения: 17.06.2025).
- 17 Организация рабочего места службы приема и размещения // Infourok.ru. [сайт] – URL: <https://infourok.ru> (дата обращения: 17.06.2025).
- 18 Изучение ПО для гостиницы: от интерфейса до возможностей // Шедеврум. [сайт] – URL: <https://shedevrum.ai> (дата обращения: 14.06.2025).
- 19 Онлайн-каналы продаж для отелей: как увеличить загрузку номерного фонда // Bnovo. [сайт] – URL: <https://bnovo.ru> (дата обращения: 14.06.2025).
- 20 Бронирование туров на сайте туроператора // Stidfiles. [сайт] – URL: <https://studfile.net> (дата обращения: 14.06.2025).
- 21 Как работают системы бронирования отелей? // Ростелеком. [сайт] – URL: <https://blog.rt.ru> (дата обращения: 14.06.2025).
- 22 Современные методы обратной связи в сервисных организациях / А.В. Петрова // Менеджмент и сервис. – 2021. – № 4. – С. 45–53. (дата обращения: 14.06.2025).
- 23 Аннуляция бронирования // Studfile. [сайт] – URL: <https://studme.org> (дата обращения: 14.06.2025).
- 24 Онлайн-системы бронирования и информирование клиентов о номерах // BookingPro. [сайт] – URL: <https://bookingpro.ru> (дата обращения: 14.06.2025).
- 25 Контроль над передачей незабронированных номеров для продажи в службу приема и размещения // Studwood. [сайт] – URL: <https://studwood.net> (дата обращения: 14.06.2025).

Приложения А

Структура предприятия ООО «ГК «Владивосток»

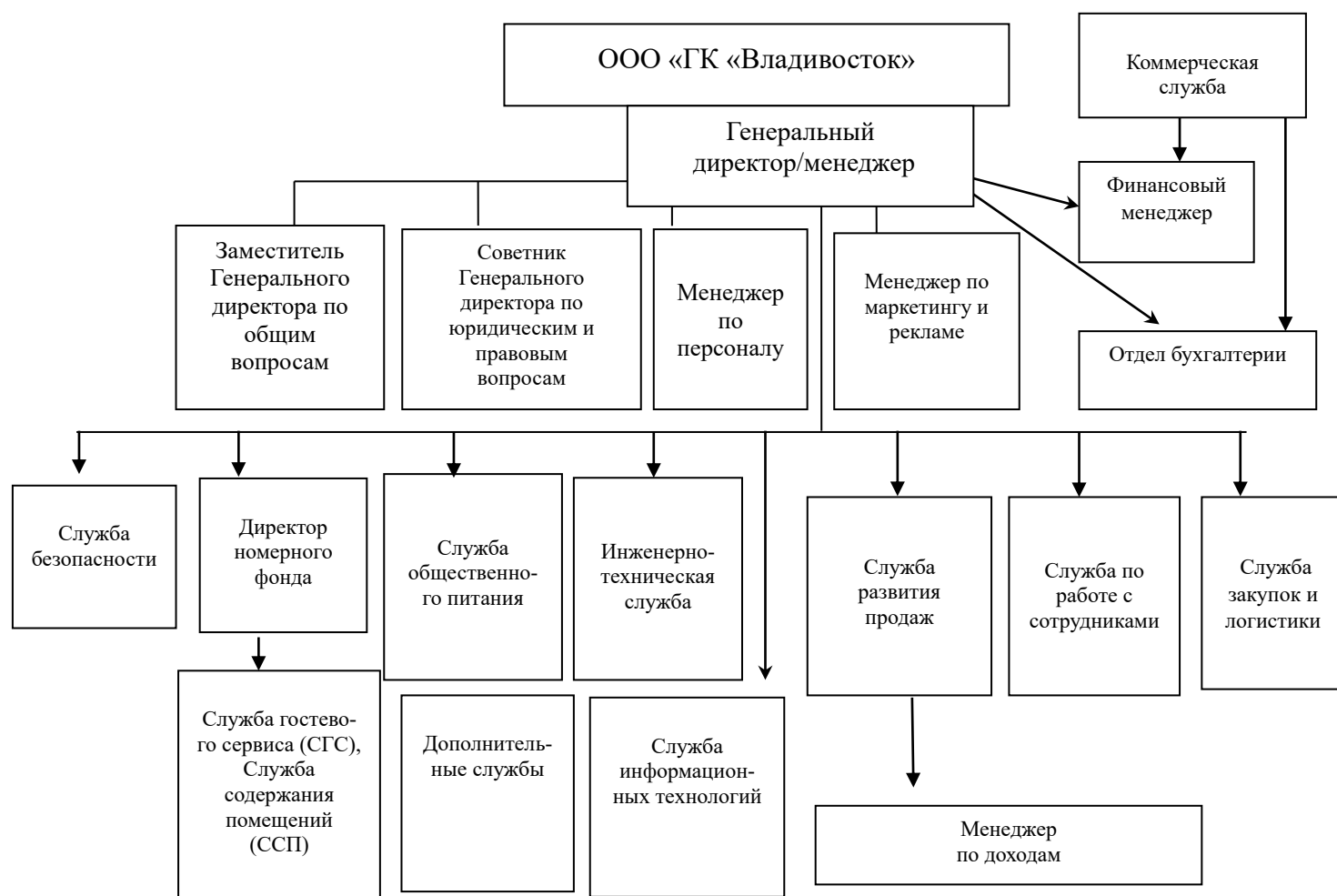


Рисунок А.1 – Организационная структура гостиницы ООО «ГК «Владивосток»

Приложение Б

Гостиница ООО «ГК «Владивосток»



Рисунок Б.1 – Гостиница ООО «ГК «Владивосток»



Рисунок Б.2 – Зона отдыха ООО «ГК «Владивосток»

Приложение В

SMART номера ООО «ГК «Владивосток»



Рисунок В.1 – SMART standard

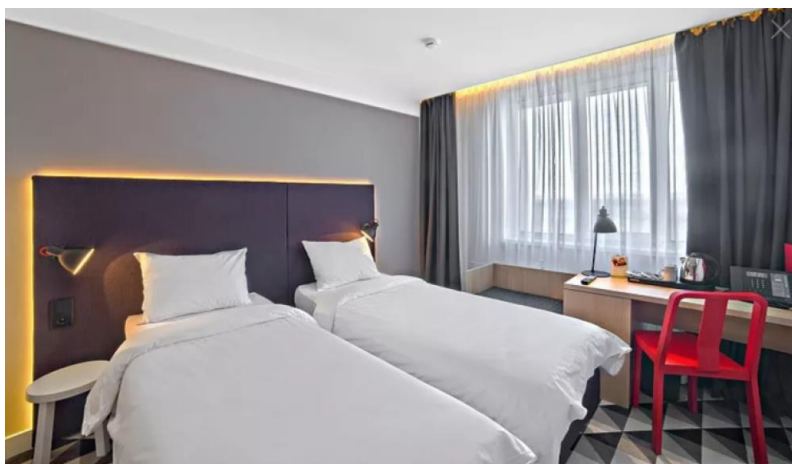


Рисунок В.2 – SMART Супериор



Рисунок В.3 – SMART Стандарт Клубный этаж



Рисунок В.4 – SMART СуперIOR Клубный этаж

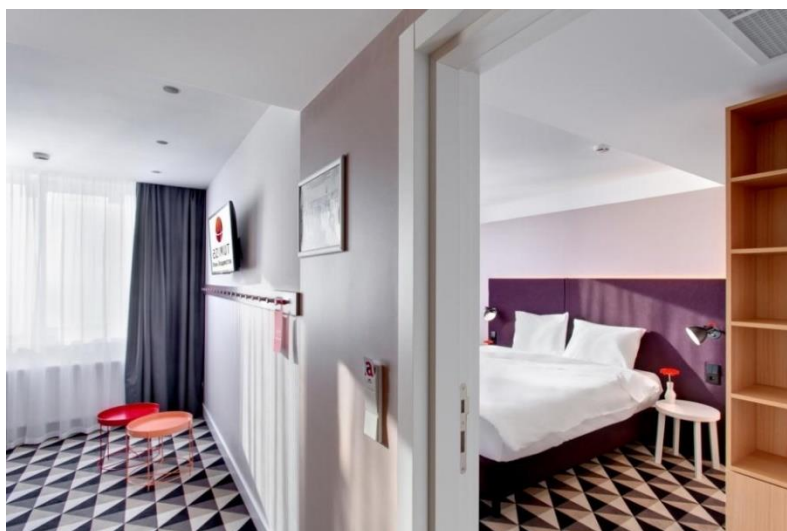


Рисунок В.5– SMART Люкс

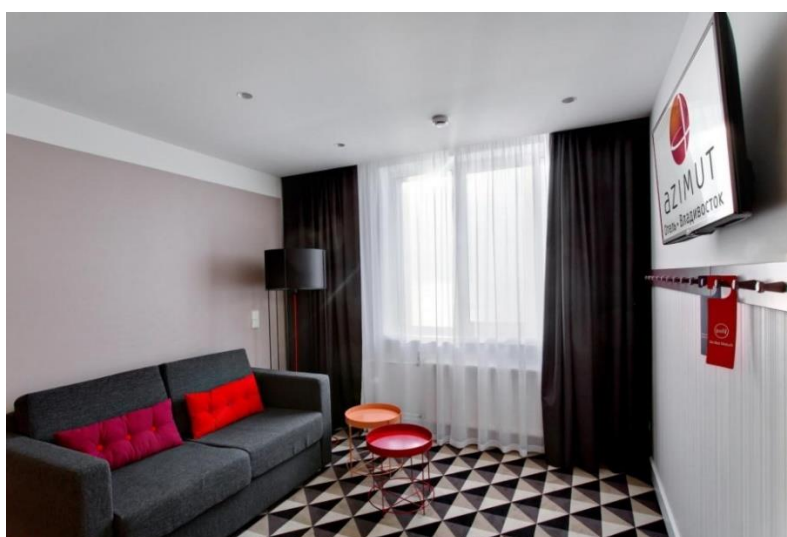


Рисунок В.6 – SMART Люкс Клубный этаж

Приложение Г

Скрипт «Бронирование номера по телефону»

Таблица Г.1 – Скрипт бронирования по телефону

№	ШАГ/ДЕЙСТВИЕ (повествовательное предложение)	Как это сделать? (диалог)	Комментарий (доп. информация)
1	Поприветствовать гостя	«Доброе утро/день/вечер, Лотте Отель Владивосток, администратор Виктория, чем могу Вам помочь?»	Трубку телефона необходимо поднять не позднее 3–го гудка. Необходимо представиться и назвать отель
2	Уточнить у гостя как к нему можно обращаться	«Подскажите пожалуйста, как я могу к Вам обращаться?»	Необходимо обратиться к разделу «Reservation» в программе OPERA
3	Уточняем у гостя, бронировал ли он номер	«Скажите пожалуйста, у Вас есть бронирование?»	Обращаемся к вкладке «Arrivals», если гость бронировал номер и если нет – «Walk in»
4	Спрашиваем у гостя на какие даты он бы хотел заехать	«Подскажите пожалуйста, на какие даты вы бы хотели забронировать номер?»	Выставляем во вкладке «Walk in» даты заселения и выселения
5	Спрашиваем вид бронирования	«Это будет индивидуальное или групповое бронирование?»	Выставляем во вкладке «Walk in» количество людей (взрослых и детей)
6	Спрашиваем сколько человек будет проживать	«Кто будет проживать в номере?»	Выставляем во вкладке «Walk in» количество людей (взрослых и детей)
7	Просим гостя подождать	«(имя гостя) оставайтесь пожалуйста на линии, я посмотрю, что могу вам предложить»	Заполняем в OPERA информацию, что не успели. Нажимаем ОК и смотрим номера, которые могут подойти гостю
8	Спросить у гостя, есть ли у него особые пожелания к номеру	«Спасибо за ожидание, на выбранный вами период, я могу предложить несколько вариантов. Скажите пожалуйста, есть ли у Вас особые пожелания к номеру?»	Если у гостя есть особые пожелания, вбиваем их в «Comments»

Продолжение таблицы Г.1

№	ШАГ/ДЕЙСТВИЕ (повествовательное предложение)	Как это сделать? (диалог)	Комментарий (доп. информация)
9	Рассказать гостю о номерах, которые подходят его пожеланиям	«с учетом Вашего пожелания, я могу предложить Вам номер категории: бизнес– люкс – это двухкомнатный номер, площадью 47 кв. м, с большой двух–спальной кроватью размера кинг– сайз, удобной рабочей зоной и уютной гостиной комнатой, из окон открывается красивый панорамный вид на парк с озером, стоимость одной ночи проживания составит 69.000 тысяч рублей, включая завтрак. Другой вариант:; Людмила, скажите, пожалуйста, какой из вариантов Вам больше понравился?»	Предложить гостю несколько вариантов, начиная от дорогого к дешевому Выбрать необходимый вариант
10	Рассказать и предложить гостю пакеты питания	«(имя гостя) у нас в отеле есть пакеты питания: Bed and Breakfast– только завтрак. Стоимость на одного человека 1500 рублей Half Board– полупансион. Когда к завтраку добавляется либо обед, либо ужин. Стоимость 2000 рублей на одного человека. И полный пансион – Full Board– когда все включено. Стоимость– 3000 рублей на одного человека.»	При надобности разъяснить, что это такое В открывшемся окне открыть вкладку Packages – > New и во вкладке Package выбрать необходимый вариант питания и даты, в которые этот пакет питания будет предоставлен. Ok– >ok
11	Сообщить гостю полную стоимость проживания с пакетом питания (если есть)	«Хорошо, тогда общая стоимость Вашего проживания за три ночи составит – 132.000 рублей. Людмила, хотели бы Вы продолжить Ваше бронирование?»	Говорим гостю полную стоимость проживания, считая сумму за номер и, если есть, сумму за пакеты питания
12	Спрашиваем гостя его полные имя и фамилию, номер телефона и почту для дальнейшего бронирования	«нам понадобится Ваше полное имя и фамилия. Не могли бы Вы также сказать Ваш контактный номер телефона, а также адрес электронной почты»	Вбить данные гостя во вкладки Name, First name, Phone,; Вбить данные гостя во вкладки «Contact Number»; Вбить данные гостя во вкладки «Email address»

Продолжение таблицы Г.1

№	ШАГ/ДЕЙСТВИЕ (повествовательное предложение)	Как это сделать? (диалог)	Комментарий (доп. информация)
13	Спросить у гостя примерное время прибытия в отель и рассказать о правилах раннего и позднего бронирования	«Мне бы хотелось Вас проинформировать, что стандартное время заезда в Наш отель – 2 часа дня, В случае раннего заезда Вы можете оставить багаж у нас на хранение или изменить дату с учетом времени заезда. Ранний заезд в период с 7 утра до 2 часов дня оплачивается в размере 50% от стоимости номера, при заезде до 7 часов утра в размере 100% от стоимости номера.»	Разъяснить правила раннего заезда
14	Предложить гостю дополнительные услуги	«Имя гостя, если хотите, можем организовать Вам машину от отеля и Наш водитель встретит вас в аэропорту. Стоимость поездки составит 1000 рублей. Оплатить услугу вы сможете напрямую водителю	Всегда стараться продвигать услуги других служб гостю
15	Сверить детали бронирования с гостем	«Для Вас забронирован номер, категории бизнес– комфорт, на имя – «полное имя гостя», в период с..., на «несколько ночей, на одного гостя, стоимость проживания, включая завтрак за весь период составит ...	Уточнить детали, назвать итоговую стоимость бронирования OK– > OK– > close
16	Рассказать гостю про правила гарантированного и негарантированного бронирования	«Подтверждение бронирования будет направлено Вам на почту в течение 24 часов. Людмила, хотела бы Вас проинформировать о том, что Ваше бронирование является негарантированным, после 18 часов оно будет автоматически аннулировано, но Вы можете сделать его гарантированным, нам понадобятся детали Вашей кредитной карты, в этом случае Ваше бронирование будет храниться в системе до 12 часов следующего дня, отменить гарантированное бронирование Вы сможете за 24 часа до дня заезда без штрафных санкций, но в случае не заезда отель снимет с Вашей кредитной карты сумму в размере стоимости одной ночи проживания.	Обязательно проинформировать гостя про правила гарантированного и негарантированного бронирования
17	Спросить нужна ли еще помощь гостю	«Имя гостя, может у Вас остались ко мне еще какие– то вопросы, могу ли еще чем– то Вам помочь?	Если гостю еще нужна помощь, приветливо помочь ему
18	Попрощаться с гостем	«Будем ждать Вас в нашем отеле, всего доброго!»	

Индивидуальное задание по учебной практике

Студентка Серебренникова Виктория Витальевна,

ФИО

обучающаяся на 3 курсе по специальности 43.02.14 Гостиничное дело прошла учебную практику в объеме 72 часа с «05» июня 2025 г. по «18» июня 2025 г.

в организации ФГБОУ ВО «ВВГУ», Академический колледж, Приморский край, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41.

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период учебной практики

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику.	1
	Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	
2	Организация рабочего места	5
	Изучение интерфейса и порядка использования специализированного программного обеспечения для гостиничного предприятия	
3	Использование технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ для приема заказа	6
	Оформление бронирования с использованием телефона	
4	Оформление бронирования с использованием Интернета и туроператора	6
	Оформление бронирования через сайты отелей и системы интернет-бронирования	
5	Оформление индивидуального бронирования	6
	Оформление группового, от компаний и коллективного бронирования	
6	Внесений изменений в листы ожидания и оформление заявок на резервирование номеров	6
	Внесение дополнительной информации в заказ на бронирование	
7	Оформление счетов на полную или частичную предоплату и подтверждение о резервировании номеров	6
	Оформление бланков, внесение изменений в бланки при неявке, отмене и аннуляции бронирования	
8	Отслеживание и получение обратной связи от соответствующих служб отеля	6
	Предоставление гостям информации о наличии свободных номеров запрошенной категории на требуемый период и их стоимости	
9	Предоставление гостям информации об условиях аннуляции бронирования и возможных штрафных санкциях	6
	Отслеживание и проверка обновляющейся информации по бронированию мест и специальным заказам на услуги и	

	состоянию номерного фонда	
10	Передача информации соответствующим службам отеля об особых или дополнительных требованиях гостей к номерам и заказанным услугам	6
	Контроль над передачей незабронированных номеров для продажи в службу приема и размещения	
11	Создание отчетов по бронированию	6
12	Составление отчета	12

Дата выдачи задания «05» июня 2025 г.

Срок сдачи отчета по практике «18» июня 2025 г.

Подпись руководителя практики

Тен Ж.А. / Тен Ж.А., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Серебренникова Виктория Витальевна,

ФИО

обучающаяся на 3 курсе по специальности 43.02.14 Гостиничное дело прошла учебную практику в объеме 72 часа с «05» июня 2025 г. по «18» июня 2025 г.

в организации ФГБОУ ВО «ВВГУ», Академический колледж, Приморский край, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41.

наименование организации, юридический адрес

В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной деятельности выполнял следующие виды работ:

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж	ПК 4.1 Планировать потребности службы бронирования и продаж материальных ресурсов персонале	Изучение интерфейса и порядка использования специализированного программного обеспечения для гостиничного предприятия. Предоставление гостям информации о наличии свободных номеров запрошенной категории на требуемый период и их стоимости.	Отлично
	ПК 4.2 Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы	Оформление бронирования через сайты отелей и системы интернет-бронирования. Оформление группового, от компаний и коллективного бронирования.	Отлично
	ПК 4.3 Контролировать текущую деятельность сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества	Отслеживание и проверка обновляющейся информации по бронированию мест и специальным заказам на услуги и состоянию номерного фонда. Контроль над передачей незабронированных номеров для продажи в	Отлично

	обслуживания гостей	службу приема и размещения.	
Итоговая оценка по ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж			<i>Оценено</i>

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

Освоены на продвинутом уровне

(освоены на продвинутом уровне / освоены на базовом уровне /
освоены на пороговом уровне / освоены на уровне ниже порогового)

Дата 18 июня 2025 г.

Оценка за практику *Оценено*

Руководитель практики от предприятия *Тен Ж.А.*
подпись

Тен Ж.А.
Ф.И.О.

ДНЕВНИК

прохождения учебной практики

Студент Серебренникова Виктория Витальевна

Фамилия Имя Отчество

Специальность/профессия «Гостиничное дело», специалист по гостеприимству

Группа СО-ГД-22-1

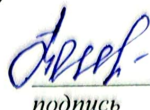
Место прохождения практики ФГБОУ ВО «ВВГУ», Академический колледж

Сроки прохождения с «05.06.2025» по «18.06.2025»

Инструктаж на рабочем месте

«05» июня 2025 г

дата


подпись

Тен Ж.А.

Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
05.06.2025	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	5	
06.06.2025	Организация рабочего места	5	
	Изучение интерфейса и порядка использования специализированного программного обеспечения для гостиничного предприятия	5	
07.06.2025	Использование технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ для приема заказа	5	
	Оформление бронирования с использованием телефона	5	
09.06.2025	Оформление бронирования с использованием Интернета и туроператора	5	
	Оформление бронирования через сайты отелей и системы интернет-бронирования	5	
10.06.2025	Оформление индивидуального бронирования	5	
	Оформление группового, от компаний и коллективного бронирования	5	
11.06.2025	Внесение изменений в листы ожидания и оформление заявок на резервирование номеров	5	
	Внесение дополнительной информации в заказ на бронирование	5	
12.06.2025	Оформление счетов на полную или частичную предоплату и подтверждение о резервировании номеров	5	

	Оформление бланков, внесение изменений в бланки при неявке, отмене и аннуляции бронирования	5	Тен Ж.А.
13.06.2025	Отслеживание и получение обратной связи от соответствующих служб отеля	5	Тен Ж.А.
	Предоставление гостям информации о наличии свободных номеров запрошенной категории на требуемый период и их стоимости	5	Тен Ж.А.
14.06.2025	Предоставление гостям информации об условиях аннуляции бронирования и возможных штрафных санкциях	5	Тен Ж.А.
	Отслеживание и проверка обновляющейся информации по бронированию мест и специальным заказам на услуги и состоянию номерного фонда	5	Тен Ж.А.
16.06.2025	Передача информации соответствующим службам отеля об особых или дополнительных требованиях гостей к номерам и заказанным услугам	5	Тен Ж.А.
	Контроль над передачей незабронированных номеров для продажи в службу приема и размещения	5	Тен Ж.А.
	Создание отчетов по бронированию	5	Тен Ж.А.
17.06.2025- 18.06.2025	Обобщение полученных материалов	5	Тен Ж.А.
	Оформление отчёта по практике	5	Тен Ж.А.
	Защита отчета по практике	5	Тен Ж.А.
18.06.2025	Дифференцированный зачет	5	Тен Ж.А.

Руководитель


подпись

Тен Ж.А.
Ф.И.О.

Характеристика деятельности студента
Серебренниковой Виктории Витальевны
 группы СО-ГД-22-1 при прохождении учебной практики

Код	Общие компетенции	Основные показатели оценки результата	***Уровень (низкий, средний, высокий)
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	Составление плана действий, определение необходимых ресурсов; владение актуальными методами работы в профессиональной сфере	Высокий
ОК 02	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	Определение необходимых источников информации; структурирование получаемой информации	Высокий
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие	Применение современной научной профессиональной терминологии; определение и выстраивание траектории профессионального развития и самообразования	Высокий
ОК 04	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	Организация работы коллектива и команды; взаимодействие с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	Высокий
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста	Грамотное изложение своих мыслей и оформление документов по профессиональной тематике на государственном языке	Высокий
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Соблюдение норм экологической безопасности; определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности	Высокий
ОК 09	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности	Применение средств информационных технологий для решения профессиональных задач	Высокий
ОК 10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке	Участие в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; построение простых высказываний о себе и о своей профессиональной деятельности	Высокий
ПК 4.1	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале	Организация рабочего места. Использование технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ	Высокий

		для приема заказа.	
ПК 4.2	Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы	Оформление бронирования с использованием телефона. Оформление бронирования с использованием Интернета и туроператора.	<i>В.М.Михайлов</i>
ПК 4.3	Контролировать текущую деятельность сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей	Отслеживание и получение обратной связи от соответствующих служб отеля. Передача информации соответствующим службам отеля об особых или дополнительных требованиях гостей к номерам и заказанным услугам.	<i>В.М.Михайлов</i>

Руководитель практики (от организации) *Тен Ж.А.* Тен Ж.А. (фамилия, имя, отчество, рабочий тел.)
подпись

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

ОТЗЫВ – ХАРАКТЕРИСТИКА
на учебную практику

Студентки Серебренниковой Виктории Витальевны

Специальности Гостиничное дело группы СО-ГД-22-1 Академического колледжа

Владивостокского государственного университета

Предприятие практики ФГБОУ ВО «ВВГУ», Академический колледж, Приморский край,
г. Владивосток, ул. Гоголя, 41.

полное название согласно приказу, юр. адрес

За время прохождения учебной практики студентка проявила низкую/среднюю/высокую степень самостоятельности в определении объектов исследования и подборе материалов исследования, в изучении теоретического и практического материала. Кроме того, следует отметить отличное владение профессиональными и общими компетенциями, необходимыми для работы в индустрии туризма и гостеприимства. В процессе деятельности практикант выполнял все виды работ, отличался индивидуальным подходом к решению поставленных задач и выполнению отчета.

Отчет студента выполнен на низком/среднем/высоком, теоретическом и техническом уровне, с использованием компьютерной обработки аналитических данных и расчетов, оформление работы соответствует установленным требованиям, предъявляемым к данному виду работы.

Работа написана с использованием нормативных документов, методической и учебной литературы, научных публикаций, периодической печати.

В целом можно отметить, что за время прохождения практики студентом были проработаны материалы предприятия в полном объеме, в соответствии с календарным графиком.

Отчет, при соответствующей защите, заслуживает оценки удовлетворительно/хорошо/отлично.

Руководитель
Преподаватель АК «ВВГУ»

(должность по основному месту работы, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

Ж.А. Тен

(и.о.ф.)

«18» июня 2025 г.