

Автор:

Тюленев Виктор Андреевич

студент

Научный руководитель:

Павлова Галина Юрьевна

канд. культурологии, доцент, преподаватель

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга

и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

г. Краснодар, Краснодарский край

ПРОЕКТ МЕРОПРИЯТИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация: технология обслуживания в гостинице – это набор услуг, оказываемых гостю в определенной последовательности. Например, от бронирования номера до выписки, от трансфера до доставки еды в номер. Каждая из таких услуг имеет важную роль в сфере обслуживания и предписанные действия и правила, не выполняя которые сложно ожидать повышения прибыли.

Ключевые слова: повышение уровня обслуживания, гостиничные предприятия.

Самый важный элемент всей отрасли гостиничного бизнеса – это качество обслуживания в гостинице. А это сильно влияет на прибыль гостиничного предприятия. Повысить качество обслуживания и поддерживать его на стабильно высоком уровне – очень не просто и затратно, но при грамотном подходе проведение всех необходимых мероприятий не только окупится, но и поднимет доход. Например, если клиент отбывает из гостиницы, полностью удовлетворенный обслуживанием, то не только он сам может стать в будущем источником постоянного дохода, но и его родственники, друзья, коллеги, знакомые, которым он будет рекомендовать данную гостиницу.

Статья: Суть деятельности гостиничного предприятия заключается в предоставлении услуг по обслуживанию и размещению клиентов в гостиницах. Отраслевая модель управления качеством в гостиничном бизнесе включает формирование:

- отраслевого содержания требований заинтересованных сторон в отношении услуг и продвижении гостиницы;
- формирование характеристик свойств услуг и процессов деятельности гостиничного бизнеса при помощи менеджмента качества;
- оценки качества и удовлетворенности качеством всеми заинтересованными сторонами;
- обратных связей на основе мониторинга отклонений;
- мероприятий для наибольшего развития и мер для роста качества деятельности гостиничного бизнеса.

Требования к качеству гостиничного предприятия заложены в нормативных документах, основным из которых является государственный классификатор «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями». В соответствии с нормативными документами уровень качества гостиничных предприятий определяется большим количеством показателей, которые можно объединить в группы:

Первая группа показателей включает требования к зданию, техническому оснащению и оборудованию, номерному фонду, помещениям для предоставления услуг питания, санитарным объектам общего пользования, общественным помещениям, техническим помещениям;

Вторая группа показателей включает: санитарно-гигиеническое состояние номера, оснащение мебелью и инвентарем, техническое оснащение;

Третья группа включает соответствие персонала по критериям: квалификационных требований и требований к знанию иностранных языков.

В целом все показатели формируют комплексные качества гостиничных услуг. Состав требований по показателям важен для оценки гостиниц по категориям звездности. Например, пять звезд, четыре, три, две и без звезд.

Важные факторы, влияющие на уровень качества гостиничного предприятия, можно выявить для улучшения качества в целом. Их можно выявить такими способами, как факторная модель и экспертный путь. Организаторы гостиничного предприятия сами выбирают тот способ, который им подходит больше всего.

Для выбора методов по повышению качества обслуживания в гостиничном предприятии надо выявить влияние внешних факторов. Постоянный анализ внешних факторов необходим для улучшения качества обслуживания в гостинице. Чтобы спрогнозировать возможное дальнейшее развитие отрасли конкретного предприятия, нужно выделять наиболее важные факторы и их последствия, в чем и состоит задача исследователя.

Изменение курса российского рубля по отношению к доллару и евро, которое четко коррелирует с объёмами как внешнего туристического потока иностранных туристов, так и развитием внутреннего туризма в последние годы, является одним из наиболее важных экономических факторов развития гостиничного сектора. Туристический и гостиничный бизнес тесно связан с политическим фактором; так как именно политическая неустойчивость оказала негативное влияние на гостиничный бизнес в таких странах, как Египет, Тунис, Греция, Кипр и в др. Важным культурно-спортивным фактором, влияющим на развитие гостиничного бизнеса и туризма в России, является проведение Чемпионата мира по футболу 2018. Важной внешней тенденцией является усиление законодательных требований к уровню качества гостиниц в соответствии с классификацией.

Факторы макросреды рынка гостиничных услуг отражают общие тенденции и прогнозы его развития. В последний период, после спада в 2014 году, в России наблюдается активное развитие гостиничного бизнеса, который является одним из наиболее стремительно развивающихся экономических сегментов экономики страны. В 2016 году гостиничная сфера, по мнению экспертов, показала

наивысший уровень по темпам развития и объемам привлечения инвестиций в гостиничную индустрию. Данный факт не кажется странным, учитывая, что последние несколько лет гостиничная отрасль считается одной из наиболее привлекательных сфер для бизнеса. В настоящее время экономика нашей страны и мира в целом находится в неустойчивом положении. Гостиничный бизнес – это та сфера, которая может мгновенно реагировать на изменения извне. Возможность эффективно работать в кризис и максимизировать выручку во времена экономического роста делает гостиничную недвижимость гибкой и рентабельной. Важный сектор потребителей – это внешние туристы. Постоянный прирост происходит в первую очередь за счет азиатского рынка и, в частности, китайских туристов.

При рассмотрении обзора факторов внешней среды важно выделить следующие современные тенденции: невысокая конкуренция, усиление государственного контроля, рост рынка, появление новых потребностей, превалирование стандартного качества в требованиях потребителей (т.е. преобладание «массового маркетинга») при приемлемых ценах, невысокая инвестиционная активность, что может определить выбор методов, направленных на повышение уровня обслуживания в гостинице.

Алгоритм выбора системы, направленной на повышение качества обслуживания будет иметь отраслевую и рыночную специфику.

В настоящее время гостиничный бизнес в России укрепляет позиции. Итоги 2016 года показывают, что большинство граждан предпочли отдыху за рубежом российские курорты, спрос на которые возрос на 37% по сравнению с показателями предыдущих лет. Стоит отметить и интерес иностранных туристов к нашей стране. В текущем году количество прибытий в Россию увеличилось в среднем на 40%.

Благодаря растущим показателям, которые показывает туристический бизнес, индустрия гостеприимства привлекает к себе все больше внимания со стороны как лиц, уже имеющих опыт работы в данной сфере, так и тех, кто делает первые шаги в нем.

Приняв в расчет основные события, которые произошли в гостиничной сфере в уходящем году, можно определить основные тенденции развития отрасли в 2017 г.

Основной задачей для стабильного развития гостиничного предприятия является повышение качества обслуживания клиентов. Понятие «качество обслуживания» означает степень успешности производственных отношений, основной характеристикой которой является конкуренция, выступающая движущей силой рыночной экономики и определяющаяся соперничеством между субъектами рынка (продавцами) за достижение лидирующего или устойчивого положения на рынке гостиничного бизнеса.

Список литературы

1. Брашнов Д.Г. Экономика гостиничного бизнеса: Учеб. пособие. – 2-е изд., стер. – М.: Флинта, 2017. – 222 с.
2. Бухгалтерский учет и экономический анализ гостиничного предприятия: учебное пособие / О.В. Каурова, А.Н. Малолетко, О.С. Юманова. – М.: КНОРУС, 2017. – 264 с.
3. Горбашко Е.А. Управление качеством. – СПб.: Питер, 2015. – 384 с.
4. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие / И.С. Барчуков, Л.В. Баумгартен, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев. – М.: КноРус, 2016. – 167 с.
5. Экономическая эффективность деятельности предприятий туристско-гостиничного комплекса (ТГК): оценка, планирование, пути решения: Учебное пособие / Н.А. Черненко, А.Л. Черненко, О.А. Тимакин. – М.: КноРус, 2017. – 155 с.