

УДК 159.9

***РОЛЬ СТАНДАРТОВ И МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА
ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОСТОЯЛЬЦЕВ В ГОСТИНИЦЕ***

Хадисова К. В.

*старший преподаватель кафедры «Туризм и индустрия гостеприимства»
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова»
г. Грозный, Россия*

Аннотация. В статье проанализирована роль контроля качества услуг гостиницы, поскольку в настоящее время данному аспекту проявлен большой интерес, как в России, так и в мире. В связи с этим запросы потребителей возрастают большими темпами, чем качество предоставляемых услуг. Целью публикации является анализ и обоснование научных подходов к выделению показателей и методов оценки качества услуг индустрии гостеприимства для разработки инструментов постоянного мониторинга качества оказываемых услуг. Таким образом, проблема повышения качества услуг становится в число актуальных и приоритетных. В статье рассматривается необходимость глубокого изучения методов повышения и контроля качества услуг в индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: отель, стандарты обслуживания, методы оценки качества услуг, конкуренция

***THE ROLE OF STANDARDS AND METHODS FOR ASSESSING THE
QUALITY OF HOTEL GUEST SERVICE***

Khadisova K. V.

*Senior Lecturer Department of Tourism and Hospitality industry
FGBOU VO «Chechen State University. A.A. Kadyrov»
Grozny, Russia*

Annotation. The article analyzes the role of quality control of hotel services, as there is currently great interest in this aspect, both in Russia and in the world. In this regard, consumer demands are increasing at a faster rate than the quality of the services provided. The purpose of the publication is to analyze and substantiate scientific approaches to identifying indicators and methods for assessing the quality of services in the hospitality industry in order to develop tools for continuous monitoring of the quality of services provided. Thus, the problem of improving the quality of services becomes an urgent and priority one. The article discusses the need for an in-depth study of methods for improving and controlling the quality of services in the hospitality industry.

Keywords: hotel, service standards, methods of service quality assessment, competition

Актуальность темы заключается в том, что с каждым годом требования клиентов к качеству обслуживания растут, а также конкурентов на рынке гостиничных услуг становится все больше, что обозначает острую необходимость в поддержании конкурентоспособности гостиницы на рынке гостиничных услуг. Основопологающим фактором, которым формируют понятие качества, является удовлетворение потребностей с отличающимися требованиями комфорта или другими вопросами. Для оценки качества услуг в гостинице необходимо выбрать номенклатуру показателей качества, используя различные методы, определить их численные значения[1]. Поэтому оказание услуг в гостинице подразумевает постоянное повышение уровня качества и контроль за этим должна осуществлять администрация отеля. Гостиничная цепь и принадлежность к ней открывает широкий простор в создании выгодных условий для клиента, таких как разнообразные скидки и позволяет убедить клиента в равномерности и поддержания высокого уровня качества услуг во всех предприятиях, принадлежащих к одной цепи. Так же для отеля имеют значимость факторы, благодаря которым можно обозначить потенциал

качества. Важнейшими факторами в вопросе потенциала являются: месторасположение отеля, экстерьер и интерьер, ассортимент услуг и квалификация персонала.

Персонал отеля всегда должен стремиться удовлетворить потребности клиента. Понимание желаний гостя является очень важным фактором во взаимодействии с ним. Дружелюбность и открытость со стороны персонала по отношению к клиенту оставляет у последнего приятное впечатление. Доверие формируется в процессе проживания на территории гостиницы и выражается в последующем в виде предпочтения именно этой гостиницы другим. Каждый гость хочет чувствовать свою безопасность на территории гостиницы, в свою очередь отель должен приложить все усилия в поддержании моральной и физической безопасности своих клиентов. Персонал не должен допускать со своей стороны невежливое отношение к гостю. Доброжелательность и вежливость должны стоять во главе в общении с клиентом, в этом и заключается обходительность. Осязаемость услуг заключается в визуальной составляющей отеля, выражающийся в интерьере помещений, всего здания и униформы персонала[2, с. 35-36].

В предоставлении качественного обслуживания в гостинице стандарты обслуживания играют важнейшую роль. Они определяют ожидаемый уровень обслуживания, который обязан предоставляться каждому гостю, и устанавливают принципы, процедуры и правила, которые соблюдаются всеми сотрудниками гостиницы. Под стандартами обслуживания подразумевают установленные правила и процедуры, которые устанавливают ожидаемый уровень обслуживания, который необходимо предоставить клиентам или гостям. Эти стандарты включают в себя такие аспекты как качество обслуживания, время, затраченное на реакцию на запросы клиентов, процедуры приема и размещения гостей, порядок и чистоту помещений, повышение квалификации сотрудников и

т.д. Стандарты оказывают помощь в обеспечении единообразного и высокого качества обслуживания для всех клиентов. Они так же выступают основой для оценки качества обслуживания и управления процессом обучения персонала.

Стандарты обслуживания обеспечивают однообразное качество обслуживания для всех гостей, это означает, что вне зависимости от времени суток, дня недели или смены персонала гость получает одинаково высокий уровень сервиса. Стандарты обслуживания помогают четко определить ожидания гостей и удовлетворить все их потребности, создавая тем самым комфорт и обеспечивая приятное пребывание в гостинице. Стандарты обслуживания выступают основой для профессионального поведения сотрудников гостиницы. Они определяют ожидаемое поведение, этикет и культуру обслуживания, что создаёт положительное впечатление от гостиницы. Благодаря стандартам обслуживания гостиница имеет возможность проводить оценку и заниматься контролем качества предоставляемого сервиса. Они выступают как основа для обучения персонала, оценки производительности и постоянного улучшения процесса обслуживания. Стандарты, которые были разработаны внутри гостиничного предприятия, распространяющиеся на персонал гостиницы называют внутренними стандартами. При создании внутренних стандартов в гостинице, стоит учитывать законодательство страны по регулированию туристкой и гостиничной деятельности, в нашем случае Российской Федерации. Внутренние стандарты не должны противоречить национальным стандартам. Наличие внутренних стандартов позволит гостинице:

Наличие внутренних стандартов позволит гостинице:

- повысить качество обслуживания, с последующим повышением продаж;
- создать позитивную репутацию отеля за счет постоянства при оказании гостиничных услуг;

- повышать уровень лояльности клиентской базы;
- выстроить грамотную взаимодействия подразделений отеля;
- улучшить качество обучения новых сотрудников, тем самым избегать лишних трат на работу с персоналом.
- регулировать отношения между персоналом или подразделениями во избежание конфликтных ситуаций;

Внутренние стандарты так же помогают персоналу:

- четкое обозначение трудовых задач и предоставление полного понимания трудового процесса.
- тратить меньшее количество времени во время выполнения базовых задач;
- избегать ошибок, которые могут снизить качество обслуживания и работы;
- получить чувство удовлетворения после проведения качественной работы, удовлетворив потребности гостя;
- понимать, как лучше всего оценивать проделанную работу;
- быстрее адаптироваться к рабочему процессу новичкам [3, с. 184].

Следование установленным на разных уровнях стандартам обслуживания ведёт к непрерывному увеличению уровня качества обслуживания, а это в свою очередь ведет к высокой степени удовлетворенности клиентов. Таким образом, стандарты обслуживания играют ключевую роль в обеспечении качественного обслуживания в гостинице, способствуя удовлетворению клиентов, созданию профессиональной культуры обслуживания и управлению качеством предоставляемых услуг. Для того, чтобы объективно оценить качество обслуживания со стороны руководства и персонала на данный момент была разработана методика «Тайный гость». Основными задачами «тайного гостя» можно назвать консультирование руководства отеля, помощь в налаживании рабочих процессов отельных подразделений и самое важное в его работе это поиск недочетов и выделение особенностей, положительных сторон отеля. Жалобу клиента на официальном уровне необходимо рассматривать моментально и также принимать решения по жалобе. Жалоба очень

универсальный инструмент, благодаря которому можно оценить ожидания гостя, восприятие качества обслуживания и услуг со стороны потребителя. Необходимо учитывать, что жалобы являются достаточно эффективным инструментом, но не стоит полагаться на данный метод на постоянной основе, поскольку не всегда по жалобам получается определить уровень удовлетворенности или неудовлетворённости клиента [4, с. 65].

В конечном итоге можно выделить как самые популярные методы оценки качества обслуживания и услуг являются наблюдение, опрос, эксперимент и тайный гость. Каждый метод обладает своей спецификой, преимуществами и недостатками, но также все по-своему результативны в зависимости от различных факторов.

Структура управления в гостинце играет важную роль в обеспечении эффективности и качественного контроля персонала. Организационная структура представляет собой распределение ответственности и поддержание коммуникации между управленческими подразделениями и исполняющим персоналом. Сама функция управления персоналом включает в себя процесс целенаправленного воздействия на сотрудников организации, которая ориентирована на достижение целей, стратегии и качество обслуживания, выполнение всех стандартов в организации. Грамотное управление предприятием индустрия гостеприимства означает, что в структуре этого предприятия оптимальным образом распределены цели и задачи, соблюдается строго иерархичность и функциональность между структурными подразделениями, в которую входит различные службы гостиничного предприятия. Основными целями управления персоналом гостиничного предприятия можно отнести в первую очередь повышение эффективности производства труда, тем самым оказывая качественный сервис и достигая максимально прибыли, обеспечение высокой степени функционирования персонала, выполнение им всех стандартов, тем самым повышая конкурентоспособность предприятия.

Персонал в широком смысле это все работники предприятия, которые заняты в процессе обслуживания и хозяйственной деятельности гостиничного предприятия. Важными составляющими функции управления и менеджмента является организация планирование усиление мотивации работников, а также постоянной контроль и мониторинг работы персонала [5, с. 39].

Основной задачей организационной структуры в отеле выступает построение отношений на основе прав и обязанностей между руководством гостиницы и прочим персоналом. Как мы знаем в гостиничном предприятии, существует разделение на определённые отделы и менеджеры этих служб находится в подотчётности главного менеджера или управляющего. В обязанности департамента номерного фонда входит не только бронирование номеров для постояльцев, но также данная структура отвечает за качественный прием клиентов. Содержание в чистоте холла, доброжелательная и профессиональная коммуникация с гостями, удовлетворение в получении информации об отеле. У данного департамента также находятся в подчинении различные структуры, задачей которых является решение определенных поставленных задач. Отдел приёма и размещения занимается регистрацией гостей бронированием номеров и имеет свои определённые задачи. Служба приёма размещения обязана следить за складывающиеся экономической ситуация на рынке и фиксировать определённую степень повышения или же наоборот понижение спроса на бронирование. Также исходя из данных служб маркетинга или служба бронирования обязана предоставить руководству гостиницей анализ отчёта относительно возможностей двойного бронирования.

Служба приёма размещения отвечает за качественное предоставление сервиса в плане регистрации гостя и поэтому должны проявлять максимальную степень дружелюбности в процессе общения с гостем. Гостиничное предприятие обязано предоставить качественный гостиничный продукт и

поэтому потребитель должен быть информирован порядка оплаты и средних тарифов дополнительных услуг.

Служба хаускипинга отвечает за качественную уборку номеров, холл, коридор, других внутренних помещений. За службу хаускипинга отвечает старшая горничная которая получает задание распределяет его среди гоночных тем самым выполняя административные функции.

Отдел питания занимается обеспечением гостей качественным питанием и включает в себя кухню бар, а также организацию обслуживания банкетов и фуршета. Руководитель службы питания обязан составлять меню, обеспечивать своевременную поставку всех необходимых продуктов, отвечает полностью за санитарные условия на кухне и контролирует качество готовой продукции. Отдел маркетинга и продаж продвижением продукта используя различные каналы, в том числе и СМИ рекламу участие в специализированных выставках, ведёт переговоры о перспективе использования [4, с. 89].

Отдел кадров занимается вопросами организация делопроизводства и повышением квалификации персонала. Их обязанности входит в проведение специальных собеседований. Ведением различных отчётов точка основная задача распределение и выдачи заработной платы. В обязанности инженерной службы входят контроль за обеспечение бесперебойного электрического или механического, вентиляционная система водоснабжение и канализации точка работники этой службы осуществляют контроль оборудования. От слаженной работы всех департаментах гостиничного предприятия зависит высокой степень её функциональности и эффективности.

В обязанности департамента номерного фонда входит не только бронирование номеров для постояльцев, но также данная структура отвечает за качественный прием клиентов. Содержание в чистоте холла, доброжелательная и профессиональная коммуникация с гостями, удовлетворение в получении информации об отеле. У данного департамента также находятся в подчинении

различные структуры, задачей которых является решение определенных поставленных задач.

Департамент бронирования должен постоянно проводить анализ состояния и оценку спроса и предложения на рынке услуг, а также осуществлять сбор заявок на бронирование, фиксировать изменения спроса и предложения[6, с. 45].

Регистрация гостя и вручения ему номера происходит в службе размещения. На этапе общения с клиентом сотрудники службы размещения должны решить вопросы, связанные с ценой номера, длительность пребывания, форма и порядок оплаты и другое. В момент произведения регистрации также уточняются было ли осуществлено предварительное бронирование, тип размещения, который подходит гостю. Все процессы по приему и размещению находятся под контролем руководителя службы. Так же одной из его функций является поддержание имиджа предприятия, тем самым при возникновении конфликтной ситуации он обязан ее грамотно решить в кратчайшие сроки. За уборку разнообразных помещений отеля от номеров, холлов и коридоров до помещений, где происходит обслуживание и прием гостей, несет ответственность служба горничных. Выполняя свои обязанности по административным функциям, старшая горничная также распределяет задачи на конкретный промежуток времени своим подчиненным.

Департамент питания, который представляет ресторан, бар выполняет функцию по обеспечению питания для постояльцев. Руководителем службы питания составляется меню, он занимается обеспечением всех необходимых продуктов через поставки, занимается распределением обязанностей персонала по участкам, следит за качеством обслуживания и готовой продукции и выполняет финансовое обязательство по разумной экономии средств. Главным производственным центром департамента, конечно же, является кухня. Официанты принимают заказы из ресторана на различные блюда, также могут обслуживать банкетные залы. Основной обязанностью руководителя в данном

секторе предприятия является регулировка и внимание к ценообразованию и к качеству финального продукта. Как правило, лицом, контролирующим ресторан в гостинице, является шеф-повар.

Отдел маркетинга устанавливает связи с организаторами различных конференций и мероприятий, включая разные симпозиумы, презентации, собрания, фестивали и другие, ведет переговоры о выгодном использовании номеров и занимается координацией с другими отделами [2, с. 67]. Весь персонал связан между собой строгой системой распределения или линейной структурной системой организации. Важно иметь в виду, что при разработке организационной структуры необходимо учитывать общее количество в структуре управления степени иерархии. На сегодняшний день существует множество способов определения уровня удовлетворённости потребителей. Сбор жалоб и предложений, который представляет собой определенный набор действий и процедур, которые позволяют организациям вовремя получать, проводить анализ и решать жалобы. Опрос постояльцев гостиницы, с целью выяснения уровня удовлетворения, это опросы, в которых респондентам предлагается не только оценить качество предоставляемых услуг, но обозначить свою удовлетворённость ими и их ценообразованием.

Анализ причин сокращения клиентов включает в себя оценку множественных факторов потери клиентов. Процесс по анализу удовлетворенности клиентов, изучения их поведения, изучение конкурентной среды и прочих не менее важных аспектов. Одной из самых распространенных и эффективных методов оценки удовлетворенности клиентов является система сбора жалоб и предложений. Она помогает получать обратную связь на прямую от клиента или группы лиц, и, как правило, включает в себя разнообразные инструменты по сбору, анализу и управлению.

Система сбора жалоб и предложений действительно играет очень важную роль в управлении и контроле качества услуг. Можно отметить, что является механизмом, благодаря которому клиенты и сотрудники могут выражать

собственные мысли о различных аспектах гостиницы. Так же стоит отметить, что данная система должна быть прозрачна для всех, эффективной и понятной. Система сбора жалоб и предложений имеет за собой различный ряд преимуществ, которые делают ее предпочтительнее на фоне остальных. Система позволяет получить информацию о проблемах и недостатках организации и предложения по улучшению того или иного аспекта. Система жалоб и предложений позволяет быстрее реагировать на возникшие проблемы и в скорейшем темпе внедрять улучшения, что в свою очередь способствует улучшению качества.

Доверие между предприятием и клиентов является очень важной частью взаимоотношений, и данная система может показать клиенту, что его мнение важно и всегда будет учтено, что повышает лояльность и доверие. Рост мотивации сотрудников, так как они видят свои результаты и могут вносить предложения по улучшению процессов. Предоставление данных для выявления тенденций, проблемных областей с дальнейшим принятием обоснованных управленческих решений. Система сбора жалоб и предложений позволяет компании быть отзывчивой, ориентироваться на клиентскую базу с сопутствующим повышением своей конкурентоспособности на рынке.

Как правило, если гостинице необходимо собрать первичные данные у клиентов отеля, то отель использует анкету. Анкета является простым списком вопросов, ответы на которые дают заинтересованные гости. Важно при создании анкеты правильно составить список вопросов. Последовательность и формулировка имеют не последнее значение в данном вопросе. На этапе формулировки вопросов следует исключить вопросы, на которые потенциальный респондент не захочет отвечать или же в анкете стоит избегать вопросов не первой важности. Сами вопросы по своей структуре должны простыми и понятными, в формулировке самого вопроса не должно содержаться никаких намеков на якобы правильный ответ, если всё-таки не удалось избежать трудоемких вопросов, то их необходимо оставить

напоследок, дабы избежать утомленности гостя. Вопросы могут разделяться на закрытые и открытые. Закрытый вопрос представляет собой больше тест чем, чем полноценный вопрос. К закрытому вопросу всегда прилагаются варианты ответов, и респондент без какой-либо конкретики выбирает более близкий ему вариант или несколько вариантов. Открытый вопрос же больше близок к формату непринуждённой беседы, в которой респондент волен отвечать, как ему угодно. Ответ на открытый вопрос содержит больше информации и мнения гостя, которые поддаются более глубокому анализу. Связь с опрашиваемой аудиторией можно выстроить различными методами, такими как телефонное интервью, анкетирование, рассылка по почте опросов, групповые и одиночные интервью. Покупатели невидимки представляют собой специально обученных сотрудников, представляющихся клиентами, которые занимаются оценкой качества предоставляемых услуг, выявлением слабых сторон в целях дальнейшего улучшения качества. Преимущества использования «покупателей невидимок» включают возможность получения объективной информации о качестве обслуживания, выявление слабых мест в работе персонала и улучшение общего уровня обслуживания. Этот метод также позволяет компаниям получить реальную обратную связь от «покупателей невидимок» о качестве предоставляемых услуг. Интеграция «покупателей невидимок» в систему управления качеством может способствовать улучшению процессов обслуживания и повышению уровня удовлетворенности клиентов. Этот метод также может быть использован для обучения персонала и развития более эффективных стратегий обслуживания[7, с. 169].

Выход клиентов может быть вызван различными факторами, включая неудовлетворительный уровень обслуживания, изменения в продукте или услуге, конкурентные предложения, а также изменения в экономической ситуации. Анализ данных позволяет выявить тенденции и паттерны, которые могут быть связаны с уходом клиентов. Анализ причин ухода клиентов также может включать изучение обратной связи от клиентов, проведение опросов и

исследований для выявления конкретных проблем и недостатков, которые могут привести к уходу клиентов. Причинами оттока клиентской базы могут служить большое количество факторов подконтрольных отелю или же могут быть связаны с внешними факторами. Повышение конкурентной среды, снижение уровня качества услуг, неэффективное взаимодействие с клиентами и недостаточная персонализация услуг, недостаточное внимание к обратной связи и жалобам клиентов и т.д.

Таким образом, можно утверждать, что удовлетворенность клиентов напрямую связана с повышением качества обслуживания. Оценка удовлетворенности позволяет выявить слабые места в предоставлении услуг и принять меры для их улучшения. Также, учет мнения клиентов помогает гостиницам адаптировать свои услуги под конкретные потребности и предпочтения гостей. Оценка удовлетворенности качеством гостиничных услуг имеет существенное значение для повышения качества предоставляемых услуг. Путем анализа обратной связи, улучшения качества обслуживания и персонализации услуг, гостиницы могут значительно улучшить сервис и повысить количество своих гостей.

Список использованной литературы:

1. Абакумова И.В., Оценка уровня качества услуг гостиничных предприятий [Текст] / И.В. Абакумова // Вестник амурского государственного университета. Серия: гуманитарные науки. – 2023. – №102. – С. 85.
2. Волон, А. Б. Гостиничный менеджмент [Текст] : учеб. пособие / А. Б. Волон, В. В. Иванов. – М. : Инфра-М, 2021. – 382 с.
3. Гареев, Р. Р. Особенности системы управления качеством в гостиничных предприятиях [Текст] / Р. Р. Гареев // Молодой ученый. – 2023. – №11. – С. 315-319.
4. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства [Текст] :

- учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. / Е. А. Джанджугазова. – М. : Издательский центр «Академия», 2023. – 224 с.
5. Ёхина, М. А. Организация обслуживания в гостиницах [Текст] : учеб. пособие для студ. сред. проф. образования / М. А. Ёхина. – М. : Издательский центр «Академия», 2020. – 208 с.
6. Иванькович, К. Программа лояльности в отеле [Текст] / К. Иванькович // Современный отель. – № 8(54), август 2021. – с. 15-18.
7. Кобяк, М. В. Скобкин С. С. Управление качеством в гостинице [Текст]: учеб. пособие / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин. – М. : Магистр, 2021. – 511 с.

Оригинальность 79%

