

УДК 159.9

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЯ Г. ГРОЗНЫЙ

Хадисова К. В.

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

Сулейманов А.Р.

*направление подготовки «Сервис»
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова»
г. Грозный, Россия*

Аннотация. Актуальность данной работы заключается в том, что в условиях современного рынка, жестокой конкуренции организаций гостиничного бизнеса важным направлением деятельности гостиниц является изучение и совершенствование обслуживания в гостинице. Качество услуг, оказываемых на предприятиях индустрии гостеприимства, является важнейшим условием формирования конкурентных позиций на рынке услуг. Данная проблема широко освещается в научных публикациях отечественных и зарубежных авторов, но не теряет своей актуальности. Непостоянство качества, являющееся специфической особенностью услуг, требует постоянного его отслеживания и регулирования, что достигается с помощью мониторинга. В статье авторы отмечают, что повышение качества обслуживания в гостинице и поддержание его на стабильно высоком уровне – задача непростая и затратная. Но проведение всех необходимых мероприятий в этом направлении окупается и приносит повышение доходности отеля при грамотном подходе к нововведениям.

Ключевые слова: контроль качества обслуживания, методики измерения качества обслуживания, стандарты гостиницы, услуги, конкурентоспособность
Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

***IMPROVEMENT OF THE SERVICE QUALITY CONTROL SYSTEM USING
THE EXAMPLE OF A HOTEL IN GROZNY***

Khadisova K.V.

Senior Lecturer Department of Tourism and Hospitality industry

FGBOU VO «Chechen State University. A.A. Kadyrov»

Grozny, Russia

Suleymanov A.R.

Chechen State University named after A.A. Kadyrov,

Grozny, Russia

Annotation. The relevance of this work lies in the fact that in the conditions of the modern market, fierce competition of hotel business organizations, an important area of hotel activity is the study and improvement of hotel services. The quality of services provided at the enterprises of the hospitality industry is the most important condition for the formation of competitive positions in the market of services. This problem is widely covered in scientific publications of domestic and foreign authors, but it does not lose its relevance. The variability of quality, which is a specific feature of services, requires constant monitoring and regulation, which is achieved through monitoring. In the article, the authors note that improving the quality of service in the hotel and maintaining it at a consistently high level is not an easy and costly task. Carrying out all the necessary measures in this direction pays off and brings an increase in the profitability of the hotel with a competent approach to innovations.

Keywords: service quality control, methods of measuring service quality, hotel standards, services, competitiveness

Не является секретом, что некачественное обслуживание может вызывать у гостей более яркую негативную реакцию, чем весь положительный опыт, полученный во время пребывания в отеле. Поэтому очень важно осознавать свои слабые стороны, повышать удовлетворённость клиентов, правильно

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

мотивировать сотрудников, снижать количество разнообразных внутренних и внешних неудач, всё это является основой, на которой строится улучшение качества обслуживания. Выбор показателей качества играет важную роль в оценке уровня качества гостиничных услуг. Показатели качества услуг можно разделить на две группы - количественные и качественные. Первые связаны с измеримыми и объективными характеристиками услуги, они могут быть выражены в числовых значениях и измеряются с помощью конкретных методик или стандартов. Например, это может быть время ожидания услуги, количество жалоб или возвратов, процент успешно выполненных заказов и пр. Вторые, напротив, связаны с субъективными оценками и восприятием клиентов. Например, это может быть оценка уровня удовлетворенности клиента, его впечатления от обслуживания, качества коммуникации или взаимодействия с персоналом и т.д.[2, с. 85].

Наибольшую сложность при составлении анкеты представляет проектирование вопросов, которые должны быть простыми и понятными для каждого респондента[4, с. 171]. В качестве метода исследования было использовано анкетирование. Также в целях исследования проводились беседы с гостями, где им было предложено конкретизировать ответы на вопросы представленных в анкете. По итогу исследования было установлено, что большинство постояльцев были довольны временем пребывания в отеле. Однако были и те кто выставил средние оценки, по их заявлениям они по большей части были довольны обслуживанием, однако некоторые проблемы немного испортили общее впечатление. На основе проведенного исследования были предложены мероприятия по совершенствованию качества обслуживания [1, с. 89].

В целях исследования в отеле г. Грозного среди выезжающих гостей был проведен опрос, где им было предложено оценить качество гостиничных услуг в отеле. В опросе поучаствовало 40 респондентов, им было предложено оценить определенные услуги по системе от 4 до 1, где 4-плохо, 3-средне, 2-хорошо и 1

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

соответственно отлично.

В первую очередь респондентов попросили оценить оперативность стойки регистрации, все респонденты остались довольны оперативностью стойки регистрации и выставили оценку 1. Постояльцы отмечали вежливость персонала и максимальное желание помочь как можно быстрее, вследствие чего можно сделать вывод, что стойка регистрации в отеле работает отлично и профессионально подходит к своей деятельности.

Дальше респондентов попросили оценить чистоту номеров.

Большая часть респондентов так же были полностью удовлетворены, а именно 32 человека оценили частоту номеров на 1, однако у оставшихся 8 респондентов были замечания, так к примеру 4 респондента отметили, что в номерах были небольшие и, по их словам, незначительные погрешности, такие как: волосинки на ковре, небрежно разложенные подушки на кровати и т.д. Мы попросили учитывать все вышесказанное во время выставления оценки, тем самым 4 респондента выставили оценку 2 частоте номеров в отеле. Оставшиеся четверо респондентов выставили оценку 3, что обозначает средне. Данные постояльцы назвали ряд претензий к номерам, так два респондента посчитали что уборка номеров неаккуратная, отмечая, что они находили в номерах вещи прошлых постояльцев, какие-то неприятные запахи в номерах и один из этих гостей пожаловался на грязный кран в ванной комнате. Оставшиеся двое постояльцев были парой, которая отметила, что в ванной комнате гигиенический набор в номере был всего лишь один, а в самой ванной комнате была черная плесень и неприятный запах, пускай респонденты и отметили, что данные проблемы удалось решить благодаря быстрореагирующему персоналу в кратчайшие сроки, но впечатление было испорчено.

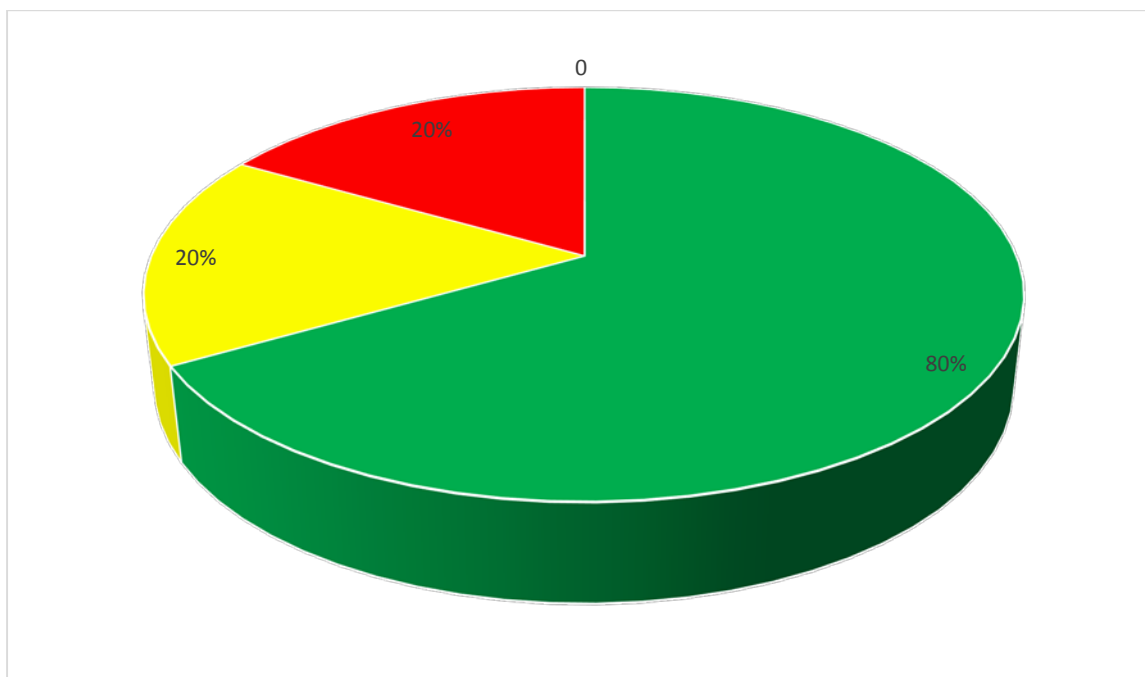


Диаграмма 1- Оценка чистоты номеров

Источник: исследование авторов

В диаграмме 1 обозначено процентное соотношение оценки качества чистоты номеров постояльцами гостиницы, где зеленый цвет обозначает респондентов, оценивших чистоту номеров на 1- отлично (80%), желтый цвет обозначает оценку 2- хорошо (20%), красный цвет в свою очередь обозначает оценку 3- средне (20%).

Следующим пунктом в опросе был завтрак несмотря на то, что некоторые респонденты посчитали завтрак слишком однообразным, все респонденты оценили его на 1.

Далее по опросу были ресторан и бар и как оказалось они являются самой большой проблемой отеля. Если до этого респонденты по большей части были довольны, то с рестораном и баром все максимально неоднозначно. В первую очередь все респонденты отметили раздельность бара и ресторана в следствии чего гостям, которым были необходимы определенные напитки были вынуждены преодолевать пускай небольшое, но расстояние за напитком и после возвращаться в ресторан, что вызывало дискомфорт. Далее максимально

неоднозначное впечатление гостей об обслуживании внутри самого ресторана. Половина опрошенных утверждают об отсутствии проблем и ставят оценку 1, обозначая полную удовлетворенность.

Однако оставшаяся половина выделяет проблемы, связанные с работой персонала ресторана. Из 20 респондентов 15 заявляют о медленной работе официантов, которые не всегда реагируют на гостя сразу или хотя бы не дают понять, что они замечены, часть данных респондентов несмотря на такие проблемы выставили оценку 2, а именно 8 человек, оставшиеся семеро, выставили оценку 3, объясняя это тем, что скорость обслуживания для них имеет очень важную роль. Теперь же стоит поговорить об оставшихся 5 респондентах, которые судя по их заявлению получили крайне негативный опыт.

Респонденты дали более конкретные сведения об обслуживании в ресторане, они отмечали проблемы, озвученные другими респондентами, но намного конкретнее, к примеру частой претензией каждое посещение было то, что официанты часто приносили блюда остывшими и не предлагали хотя бы подогреть, не говоря уже о полной замене блюда, так же отмечалось частые ошибки со стороны официантов в заказе, когда официант либо не записывал заказ верно и в итоге гости получали не полный заказ, либо же официант приносил несколько порций одного и того же блюда, хотя столько заказано не было, эта часть респондентов оценила качество обслуживания на 4.

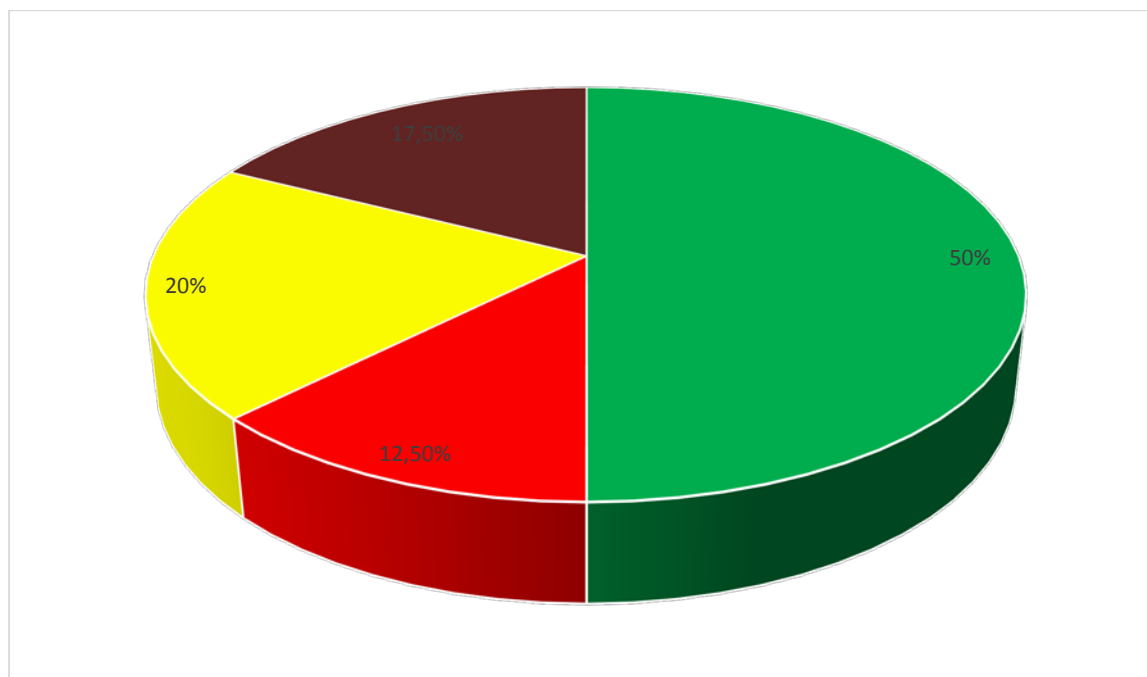


Диаграмма 2- Качество обслуживания в ресторане

Источник: исследование авторов

В диаграмме 2 указано процентное соотношение оценки качества обслуживания в ресторане, 50% респондентов оценили обслуживание на 1-отлично, 20% оценили на 2-хорошо, 17,5 % оценили на 3-средне, оставшиеся 12,5 % выставили оценку 4-плохо, что является худшей оценкой.

Ресторанное обслуживание оказалось оценено максимально неоднозначно, и я связываю это с отсутствием стабильного уровня обслуживания, так как одна часть гостей получили качественное обслуживание, другая же часть оказалась совершенно недовольна.

Следующие услуги на оценку были бассейн, тренажёрный зал и СПА. Все респонденты оказались довольны качеством данных услуг и выставили оценку 1, стоит отметить, что часть респондентов отметили небольшой размер тренажёрного зала, но на оценку с их стороны это никак не повлияло.

Финальным пунктом в опросе мы попросили респондентов оценить общее впечатление по той же системе оценивания.

Несмотря на все перечисленные недостатки от отдельных респондентов, общая оценка не опускалась ниже 2. 26 респондентов поставили оценку 1, объяснив ее

тем, что даже несмотря на небольшие недостатки общее впечатление благодаря роскошному дизайну и вежливому персоналу отеля оставалось на высоком уровне. 14 респондентов выставили оценку 2, отметив, что их впечатление весьма положительное, но из-за некоторых недочетов и оплошностей персонала впечатление слегка смазалось.

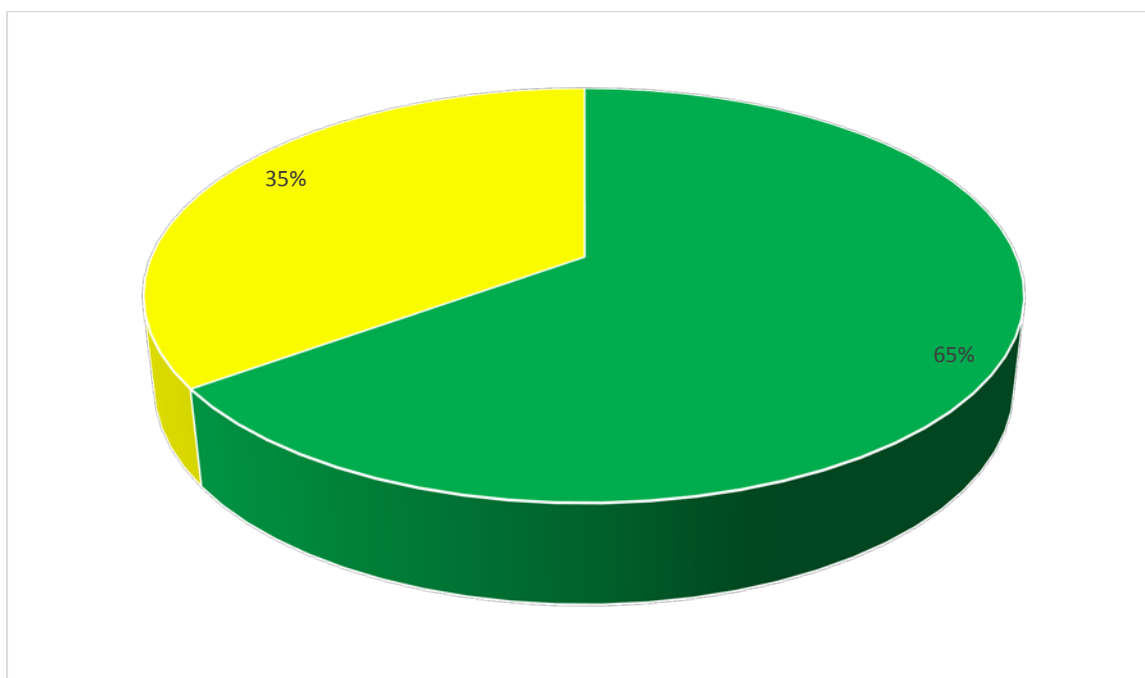


Диаграмма 3- Общее впечатление о гостинице и качестве обслуживания

Источник: исследование авторов

В диаграмме 3 четко отображается расхождение во впечатлении об отеле, зеленым отмечена та часть респондентов, которая выставила максимальную оценку отелю- 1(65%), 35% респондентов же выставили оценку 2, что составляет 35% от опрошенных.

Исходя из проведенного исследования можно сделать вывод, что по большей части качество обслуживания находится на достаточном высоком уровне, однако отдельные услуги требуют улучшения и пристального контроля за ними, качество обслуживания в ресторане, продуманность и частота номеров, различные мелкие детали – это то на что стоит обратить внимание администрации отеля.

Так как в ходе исследования были выявлены слабые стороны отеля г. Грозного в качестве обслуживания, можно выстроить грамотную систему рекомендаций по повышению качества обслуживания, основываясь на проведенном исследовании.

Основой качества обслуживания является персонал и его профессионализм. Персонал гостиницы должен обладать полнотой знаний своих обязанностей и выполнять их на одинаково качественном уровне, вне зависимости от каких-либо факторов, дабы полностью удовлетворить потребности гостя. В целях повышения профессионализма сотрудников отеля, можно проводить ряд мероприятий, целью которых будет являться повышение квалификации персонала. С ориентировкой на профстандарт необходимо установить кодекс нормативов, в которых детально будет описано: поведение официантов с клиентом, уровень знаний по концепции и структуры ресторана, знание меню. Ко всему персоналу ресторана должны предъявляться требования, которым они должны соответствовать на постоянной основе[2, с. 96]. Сотрудники должны быть вежливыми и дружелюбными, какие бы не были требования клиентов они должны быть выслушаны со спокойствием и вежливостью, даже если их выполнение невозможно в рамках предприятия. Сотруднику необходимо на постоянной основе взаимодействовать с коллегами и гостями, не боясь взять на себя ответственность. Проявление гибкости, адаптируемости и инициативности на постоянной основе. Самое, пожалуй, важное это дисциплинированность и пунктуальность, не соблюдение данных аспектов является частой проблемой, с которой необходимо бороться. Сотрудник ресторана обязан выполнять свои обязанности вовремя, соблюдая все пожелания клиента – если клиент заказал горячее блюдо он должен получить его горячим. Внимание к деталям и дотошность в выполнении своих обязанностей являются так же положительным качеством, которые способствуют увлечению качества обслуживания.

Лояльность и удовлетворённость клиента складывается не только качеством обслуживания, но и визуальной составляющей, чем аккуратнее выглядят Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

гостиничные номера, коридоры и прочие помещения, в которые у гостя есть доступ тем более яркое впечатление оставит после себя отель. К большому сожалению, невозможно ежеминутно контролировать качество уборки во всех помещениях, у руководителя просто нет на это возможностей и именно поэтому необходимо, чтобы персонал горничных выполнял свою работу максимально качественно, а в случае каких-то нарушений оперативно на них реагировали.

Одним из методов повышения профессионализма является мотивация сотрудников. Со стороны начальства следует не только следить за уровнем удовлетворенности клиентов, но и персонала, важно прислушиваться к персоналу, так как они владеют информацией изнутри о качестве сервиса. Многие отечественные компании переходят на европейскую модель взаимодействия персонала с начальством, согласно которой добросовестные сотрудники поощряются премия, грамотами и т.д. Такие сотрудники должны выступать примером для остальных, а со стороны начальства банально дальновидно замечать и выделять тех, кто честно и добросовестно выполняет свои обязанности, так как это послужит процветанию гостиничного бизнеса[3, с. 172].

В целях поддержания и совершенствования качества обслуживания необходимо разработать ряд мероприятий. Предполагается, что конечными результатами мероприятий по совершенствованию обслуживания будут являться: повышение частоты и ухоженности номеров, квалификация персонала и профессионализм со стороны персонала ресторана, повышение общей удовлетворенности гостей. Спустя некоторое время будет необходимость в проведении дополнительного исследования, целью которого будет оценена успешность мероприятий по совершенствованию качества обслуживания. Для этого будет проведено повторённое анкетирование, акцент в котором будет направлен на составляющие, которые затронула программа по улучшению. В дополнении можно будет провести в отеле дополнительные опросы, в которых гостям продолжится оценить общий уровень

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

удовлетворенности.

Итогом программы по совершенствованию качества обслуживания станет: повышение квалификации и профессионализма персонала, повышения качества обслуживания в ресторане, частота номеров, и положительные отзывы удовлетворённых клиентов.

Библиографический список

1. Арбузова, Н. Ю. Технология и организация гостиничных услуг [Текст]: учеб. Пособие для студ. высш. учеб. Заведений / Н. Ю. Арбузова. – М.: Издательский центр «Академия», 2019. – 224 с.
2. Абакумова И.В., Оценка уровня качества услуг гостиничных предприятий [Текст] / И.В. Абакумова // Вестник амурского государственного университета. Серия: гуманитарные науки. – 2023. – №102. – С. 85.
3. Баумгартен, Л. В. Управление качеством в туризме [Текст] Практикум: учебное пособие / Л. В. Баумгартен. – М.: КНОРУС, 2022. – 288 с.
4. Слинкова О.К. Мониторинг качества услуг предприятий индустрии гостеприимства: методический аспект // Сервис. – 2023. Т.17. – №2. – С.171-180.

Оригинальность 75%