

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.  
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

**Повышение качества обслуживания клиентов в гостиничных  
предприятиях (на примере гостиницы «Империал», г. Маркс)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 5 курса 541 группы  
направления 43.03.02 - «Туризм»  
Института истории и международных отношений  
Доновской Ангелины Борисовны

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Е. С. Милинчук

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

профессор, д.э.н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т. В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2023 год

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время в предоставлении гостиничных услуг большое значение имеют вопросы качества. Международная практика развития гостиничных цепей показывает, что получение прибыли становится результатом высокого качества обслуживания, а исследования позволили сделать вывод, что главный критерий выбора гостиницы потенциальным клиентом представлен качеством обслуживания.

Качество обслуживания клиентов может быть определено как восприятие клиентом того, насколько хорошо услуга компании соответствует их ожиданиям. Процесс формирования ожиданий клиентов происходит на основе опыта, который они получили ранее, а также информации, которую они получают по различным каналам маркетинговых коммуникаций. Если представление о предоставленной услуге не соответствует ожиданиям, клиенты теряют всякий интерес к гостинице, если же соответствует, они могут вновь обратиться к этой гостинице.

Контроль качества обслуживания представляет собой систему действий и мероприятий, которые направлены на анализ уровня качества в организации и создания возможностей для его улучшения. В гостиничном деле постоянный контроль качества включает мероприятия по повышению уровня обслуживания. Это сфера внимания большинства менеджеров. Как правило, усилия работников концентрируются на улучшении гостиничного продукта. Качество услуг в гостиницах нуждается в постоянном контроле. Оно складывается из многих составляющих, главным из которых становится человеческий фактор.

Бурное развитие гостиничного бизнеса и жесткая конкуренция ставят проблемы повышения качества гостиничных услуг в число приоритетных и актуальных. В гостиничном бизнесе организация обслуживания в гостиницах напрямую влияет на прибыльность и количество постоянных клиентов. Качественное обслуживание гостиниц заставляет

гостей снова выбирать именно это заведение и рекомендовать его своим друзьям.

Уровень качества обслуживания в России медленно, но верно растет. Высокий уровень качества обслуживания – этот тот инструмент, который способствует формированию лояльности к компании. В связи с этим совершенствование обслуживания является на сегодняшний день наиглавнейшей задачей, необходимой для успешного ведения бизнеса.

Теоретическую базу исследования составили работы таких исследователей, как: Кобяк М.В., Тимохиной Т. Л., Баумгартена Л. В., Никольская Е.Ю., Харебова К.А. , Лучина Н.А., Павленко И.Г., Николенко П. Г., Фаустова Н. В.

Предметом исследования выступает качество обслуживания в гостиничных предприятиях.

Объектом исследования является гостиница «Империял» в г. Марксе Саратовской области.

Целью бакалаврской работы является исследование особенностей обеспечения и повышения качества обслуживания клиентов гостиничных предприятий.

Для решения поставленной цели необходимо решить следующий ряд задач:

1. изучить понятие качества гостиничной услуги;
2. рассмотреть основные критерии качества услуг в гостиничных предприятиях;
3. раскрыть современные подходы к управлению качеством гостиничных услуг;
4. дать общую характеристику деятельности гостиницы «Империял» (г. Маркс);
5. проанализировать качество услуг в гостинице «Империял»;
6. предложить мероприятия по внедрению, направленные на улучшение качества услуг гостиницы «Империял»;

7. дать оценку эффективности предложенных мероприятий.

Бакалаврская работа имеет традиционную структуру и включает в себя введение, три главы, заключение, библиографический список. В первой главе раскрываются теоретические аспекты управления качеством гостиничных услуг, рассматривается понятие качества гостиничной услуги и критерии качества услуг в гостиничных предприятиях, а также изучаются современные подходы к управлению качеством гостиничных услуг. Вторая глава представляет собой аналитическую часть работы. Здесь характеризуется деятельность гостиницы «Империял» и проводится исследование уровня качества услуг. В третьей главе предложен ряд мероприятий, направленных на улучшение качества услуг гостиницы «Империял», и проведена экономическая оценка их эффективности. В заключении сформулированы краткие выводы по результатам проведенного исследования.

## **Основное содержание бакалаврской работы**

Гостиничный бизнес является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей, на которую приходится около 6 % мирового ВВП и около 5 % всех налоговых поступлений. Развитие гостиничного бизнеса стимулирует развитие других направлений: транспорта, торговли, строительства, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, сферы услуг и т. д.

Понятие качества имеет огромное значение в индустрии туризма. В современных реалиях именно качество оказываемой услуги определяет её конкурентоспособность на рынке аналогичных услуг. Жесткий уровень конкуренции на рынке гостиничных услуг вынуждает предприятия ставить перед собой задачу постоянного повышения уровня качества сервиса. Первым этапом в достижении данной задачи является оценка самим гостиничным комплексом уровня качества предоставляемых услуг.

Качество - это совокупность характеристик объекта (процесс, который индивидуально описывается и рассматривается, продукция, организация, система или любая их комбинация), относящихся к его способности удовлетворять установленные и ожидаемые потребности.

Качество гостиничной услуги рассматривается как совокупность характеристик, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. Качество предоставляемых услуг разделяют на техническое и функциональное.

Рассмотрим основные виды качества услуг. Качество предоставляемых услуг разделяют на техническое, функциональное и эстетическое.

Техническое качество отражает состояние неодушевленных предметов, окружающих клиента в гостинице.

Функциональное качество оценивается, как способность услуги удовлетворять потребности клиентов гостиницы, а также процесс взаимодействия с персоналом при предоставлении услуги.

Эстетические свойства услуги - способность услуги удовлетворять эстетические потребности заказчика. Эти свойства выражают индивидуальные и общественные ценности. У каждого человека существуют свои представления о красоте, гармонии и композиции, составляющих суть эстетических свойств окружающих (примером могут служить услуги салона красоты).

В последнее время гостиничный рынок характеризуется ростом предложения при одновременном сокращении спроса на гостиничные услуги, что приводит к усилению конкуренции. Одним из направлений формирования стратегических конкурентных преимуществ в гостиничном бизнесе является предоставление услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами. Ключевым здесь является предоставление таких гостиничных услуг, удовлетворяли бы и даже превосходили ожидания целевых клиентов.

Перед отелем стоит задача поддержания качества обслуживания на должном уровне, своевременного устранения недостатков в предоставлении гостиничных услуг, разработки стратегии улучшения обслуживания. Качество подразумевает соответствие гостиничных услуг ожидаемым и установленным стандартам. Таким образом, стандарты, их реальная форма и содержание являются критерием качественного обслуживания. Критерий оценки качества полученных гостиничных услуг для клиента - это степень его удовлетворенности, т.е. соответствие полученного и ожидаемого. Критерий степени удовлетворенности клиента - желание вернуться еще раз и посоветовать это сделать своим друзьям и знакомым.

Можно выделить ряд критериев качества гостиничных услуг:

- компетентность - выражается в том, что персонал отеля обладает необходимыми знаниями, навыками и достаточным уровнем профессионализма для оказания тех или иных услуг;
- надежность - определяется стабильностью работы отеля, а также длительностью его существования на рынке;

- отзывчивость - персонал отеля стремится удовлетворить все пожелания своих гостей, предоставляя нетипичные для данного отеля услуги;

- доступность - персонал отеля должен быть коммуникабельным и доступным, клиент не должен искать работника соответствующей службы по всему отелю;

- понимание - один из главных элементов гостеприимства, который основан на понимании всех специфических потребностей гостей и их последующем удовлетворении; - коммуникация - персонал отеля должен быть максимально открытым для клиента и предоставлять доступ к необходимой ему информации;

- доверие - показатель качества, выражающийся в том, что удовлетворенный обслуживанием гость выберет этот отель в будущем, рекомендуя его своим близким, друзьям, знакомым и повышая тем самым репутацию отеля;

- безопасность - основное свойство гостиничной услуги, отражающее главную потребность любого - потребность в моральной и физической безопасности;

- обходительность - персонал отеля должен быть вежливым, доброжелательным, дружелюбным, внимательным;

- осязаемость – гость должен не только потреблять, но и чувствовать предоставляемые услуги, что достигается за счет оформления помещений и здания отеля, а также униформы персонала.

Показатели качества услуг и обслуживания гостей являются одной из главных сторон деятельности отеля. Эти показатели на три основные группы. К первой группе относятся качественные показатели, связанные с предоставлением гостиничных номеров и их обслуживанием, время ожидания номера, число заполняемых документов при получении номера или места в гостинице, состояние номера и его благоустройство, состояние постельного белья, наличие всех необходимых бытовых предметов в номере. Ко второй группе относятся показатели качества дополнительных

бесплатных и платных услуг. Это наличие в номерах телевизоров, радиоприемников, холодильников и фенов и т.д., а также заказ билетов на транспорт, в театры, музеи, экскурсии. К третьей группе показателей относится культура обслуживания. Одним из важных элементов, определяющих культуру обслуживания, является гостиничный этикет — внешний вид работников отеля, умение общаться, соблюдение правил гостеприимства, аккуратность, дисциплинированность.

Гостеприимство как критерий нельзя измерить количественно, однако качественная оценка удовлетворенности гостя вполне возможна. Она складывается из следующих факторов:

- состояние материально-технической базы отеля – этот фактор объединяет все, что имеет отношение к оборудованию, расположению и оснащению: планировка и отделка номеров, наличие в номерах необходимой бытовой техники, удобство мебели, качество текстиля и т.д.,
- общее впечатление от обслуживания – частота и качество уборки в номерах, удобство регистрации заезда и отъезда, способы расчета и т.д.,
- профессионализм и компетентность персонала – скорость обслуживания, вежливость, готовность помочь, уровень культуры в общении.

Самым важным процессом в современных гостиничных предприятиях является управление качеством обслуживания, что предусматривает разработку и внедрение стандартов качества, обучение персонала, контроль, корректировку и совершенствование обслуживания во всех нюансах работы гостиницы.

В современном управлении качеством гостиничных услуг существуют три основных подхода:

- Процессный. Это рассмотрение управления как процесса, т.е. серии непрерывных взаимосвязанных действий.
- Системный. Подразумевает рассмотрение организации как некоторой целостной, состоящей из взаимосвязанных частей, каждая из которых вносит вклад в развитие целого.



- Ситуационный. Сущность состоит в увязке конкретных приемов и концепций управления с определенными конкретными ситуациями для достижения целей организаций наиболее эффективными способами.

В практической части бакалаврской работы нами был исследован уровень оказания услуг в гостиница «Империял» (г. Маркс, Саратовская обл.). Гостиница «Империял» создана в 2016 году. Фактический адрес организации: Саратовская область, город Маркс, улица Куйбышева, 124Б. Основной вид деятельности: деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания. В штате гостиницы работают около 30 человек, в периоды повышенной загрузки привлекаются сотрудники аутсорса. Организационная структура является линейно-функциональной.

Целевая аудитория посетителей гостиниц может быть представлена в нескольких сегментах: туристы; предприниматели; сотрудники в командировках; посетители ресторана.

Проведенный финансовый анализ предприятия показал, что гостиница «Империял» является успешно развивающимся, однако необходимо разработать мероприятия по улучшению финансового состояния гостиницы, тем самым повысить конкурентоспособность предприятия сферы гостеприимства. В создавшейся ситуации мероприятия по улучшению качества обслуживания клиентов является самым оптимальным решением.

Обслуживание в гостинице «Империял» состоит из шести процессов:

- бронирования,
- регистрации при прибытии,
- предварительной оплаты,
- размещения в номере,
- предоставления различных услуг,
- окончательного расчета при выбытии.

Для того чтобы оптимально оценить уровень качества основных услуг в исследуемой гостинице необходимо, в первую очередь, проверить соответствие всех параметров предоставления услуг «Правилам оказания

гостиничных услуг в Российской Федерации». Нами была проведена проверка соответствия по следующим параметрам: наличие информации об услугах; порядок оформления проживания в гостинице и оплаты; порядок предоставления услуг; ответственность исполнителя и потребителя за предоставление услуг.

Информация об услугах доступна клиентам в полной мере, она оформлена должным образом и представляет собой информационные объявления, которые прикреплены на стены в общедоступных местах. Порядок оформления проживания в гостинице и оплаты услуг не полностью соответствуют Правилам, и требует некоторых изменений. Всем клиентам гостиницы предоставляется информация о наименовании, месте нахождения (юридический адрес) и режиме работы. Замечанием по данному пункту является то, что данная информация не размещена на вывеске гостиницы, а находится на рецепции. Согласно следующему пункту Правил, гостиница должна обеспечить в каждом номере наличие информации о проживании в гостинице, правил противопожарной безопасности и правил пользования бытовыми приборами. В исследуемой гостинице «Империял» данная информация в номерах присутствует.

В гостинице «Империял», при оформлении гостя на проживание все пункты требований Правил соблюдаются. Заключается договор на предоставление гостиничных услуг, в роли которого выступает карточка гостя. «Империял» в соответствии со статьей 925 Гражданского кодекса Российской Федерации отвечает за сохранность вещей своих гостей. В случае обнаружения забытых вещей, процедура возврата производится в соответствии с Правилами. Во всех случаях несоответствия качества предоставляемых услуг заявленным в договоре требованиям, «Империял» действует в соответствии с Правилами. Возврат денег за не оказанные услуги, пересчет стоимости в связи с неполнотой выполнения услуг и прочие процедуры полностью соответствуют требованиям Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации.

Каждое действие выполняемое администратором стойки приёма и размещения гостей должно быть отражено в том или ином стандарте. Каждый администратор службы приёма и размещения должен ознакомиться со всеми из них под роспись, и пройти проверку профессиональных знаний и готовность выйти на работу в данной должности. Все чрезвычайные ситуации или процессы, которые не прописанные в сборнике стандартов должны быть согласованы с руководителем.

Обязательными стандартами, продиктованными руководством «Империял» являются: заселение гостей; выселение гостей; бронирование номера; процедуры по организации конференций и банкетов; процедура проведения ночного аудита; переселение гостя в случае отсутствия номеров; открытие и закрытие разменного фонда; регистрационные карты; неотложная медицинская помощь; ответственный бизнес.

Внутренними стандартами гостиницы «Империял» являются: приветствие гостя; рекомендации гостю по использования оборудования в комнате; жалобы гостя; телефонный этикет; нетрезвый или агрессивно настроенный гость; услуги и привилегии отеля.

Содержание стандартов направлено на чёткое выполнение поставленных задач, оперативное решение возникающих проблем, правильный порядок выполнения действий персоналом в той или иной ситуации, содержит перечень фраз для употребления и инструкции на внештатные ситуации. В целом можно сказать, что всё прописанное в стандартах направленно на обеспечение качественного сервиса в отеле. Ведь услуга, предоставленная от и до по всем стандартам, в подавляющем большинстве будет являться качественной.

В ходе исследования нами был проведен анализ удовлетворенности клиентов качеством обслуживания по методике SERVQUAL. Выбор этой методики обоснован тем, что в отличие от анкетирования, можно узнать, что ожидает клиент от проживания в гостинице и что он в результате получает. Ведь существует определенный разрыв между уровнем ожидания и уровнем

восприятия, именно этот разрыв определяет качество предоставляемых услуг. Посетителям гостиницы было предложено высказать свои общие ожидания относительно пяти критериев качества. Результаты опроса сравнивались с целью исчисления пяти основных параметров качества.

Основными проблемами, существующими в гостинице «Империал» являются:

- некомпетентность персонала службы приема и размещения. Согласно отзывам, данная проблема выражается в нежелании администраторов помогать гостям решать вопросы, связанные с проживанием, оперативно устранять все недостатки или неисправности, а также в отсутствии вежливости, тактичности и сдержанности работников службы приема в общении с клиентами;

- неудовлетворительная работа горничных, а именно плохо убранные номера;

- мебель ненадлежащего качества.

Изучив и проанализировав деятельность гостиницы «Империал» можно дать следующие рекомендации, направленные на повышение качества услуг:

1. Обучение персонала. Высококачественное обслуживание требует высококвалифицированных работников, и на подготовку этого персонала фирмы тратят значительные материальные, а также временные ресурсы. Для того чтобы обеспечить высокий сервис в организации необходим особый тип сотрудника, нужен высоко–квалифицированный универсал с неординарными психологическими и личностными свойствами. Это особенно важно, ведь речь идёт о постоянном контакте с потребителями, а значит что передовая линия любого процесса будет зависеть именно от кадров, задействованных в ней.

Для обучения персонала предлагается посещение дистанционных курсов «Безупречный ресепшен» в «Академии гостеприимства». Стоимость данного обучения составляет 14 900 рублей. Планируется обучить всех администраторов – 3 человека. Для прохождения курсов предлагается

задействовать трех администраторов. Стоимость за троих администраторов составит  $14900 * 3 = 44\ 700$  руб.

## 2. Улучшение организации обслуживания в гостинице.

Для того чтобы у посетителей отеля складывалось только позитивное впечатление, и они становились постоянными клиентами, очень важно уделять большое внимание программам лояльности.

- Бонусная система, при которой на карте клиента копятся бонусы за приобретенные услуги и товары, после ими можно оплачивать новые услуги (частично или полностью). В этом варианте отель не несет финансовых потерь за счет постоянных скидок, а затраты на бонусные покупки уже распределяются в стоимости совершенных. Предлагается начисление 500 баллов за проживание в гостинице. Один балл равен одному рублю. Клиент может оплатить до 100 % бонусными баллами.

- Двойной бонус. У гостиницы существует «сезон затишья», когда постояльцев меньше всего. Чаще всего это, март—апрель и октябрь—ноябрь, когда до праздников и отпусков еще далеко. В подобные дни можно класть на бонусные счета приехавших гостей в 2 раза больше баллов.

- Welcome-бонусы для новых участников программы. Для тех, кто прибыл в гостиницу «Империал» впервые, предлагается единовременное начисление welcome бонусов в размере 500 рублей.

## 3. Улучшение мотивации горничных:

- Ежемесячная премия к окладу в размере 2000 рублей.

Горничная ответственна за поддержание чистоты во всем отеле. Для гостей одним из самых важных критериев оценки отеля является именно чистота. А из отзывов гостей складывается рейтинг отеля на многих популярных сайтах бронирования.

- Звание лучшего работника месяца.

В этом случае управляющая гостиничным комплексом в течение месяца оценивает работу горничных: количество и качество убранных номеров, сверхурочные работы и т.д. Самая лучшая работница в конце

месяца получает один дополнительный выходной день с сохранением заработной платы. Это поможет повысить качество уборки в номерах и довольство сотрудниц.

#### 4. Покупка новой мебели.

Для решения данной проблемы предлагается покупка диванов и матрасов. Согласно расчетам на это потребуется 308796 руб.

Общие затраты на предложенные рекомендации составят 359 496 руб.

Предположим, что предложенные мероприятия позволят увеличить прибыль на 10 %. Таким образом, прибыль гостиницы будет:  $4\,516\,000 * 10\% = 451\,600$  руб.

Таким образом, проведение всех предложенных выше мероприятий позволит гостиничному предприятию «Империял» повысить уровень своей конкурентоспособности на рынке гостеприимства в городе Марксе, что в ближайшее время приведет к повышению уровня загрузки номерного фонда и росту прибыли гостиницы. Кроме того, повышение качества обслуживания является важным фактором формирования имиджа предприятия, в связи с чем руководству гостиницы необходимо обеспечить высокое качество оказываемых потребителям услуг.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день индустрия гостеприимства одна из самых быстроразвивающихся отраслей. Ежегодно количество гостиниц увеличивается, а перечень оказываемых услуг видоизменяется в количественном и качественном отношении. Это происходит в следствии постоянно меняющихся желаний и потребностей гостей отеля.

Успешная реализация качественных услуг является главным источником существования гостиничного бизнеса. Качественное обслуживание на гостиничном предприятии — это комплекс эффективных, отработанных мероприятий, соответствующих концепции гостиницы и стандартам обслуживания по предоставлению проживающим качественных услуг, удовлетворяющих их желания и потребности, в том числе, услуг проживания, питания, досуга и т.п. Перед сотрудниками гостиницы стоит задача предоставления и поддержания качества обслуживания на должном уровне, а также своевременного устранения недостатков в предоставлении услуг. Для эффективного обеспечения качества и конкурентоспособности услуг актуальной проблемой является совершенствование качества. При этом ключевую роль имеет не только выявление внутренних причин, но и знание потребностей клиентов, а также способы удовлетворения данных потребностей. По сути, совершенствование качества обслуживания должно быть непрерывным.

В условиях жесткой конкуренции недостаточно обеспечить правильное соблюдение стандартов обслуживания. Необходимо опережать ожидания гостя. Обеспечение высококачественного сервиса это непрерывная работа по анализу мнения гостей, отслеживанию новых тенденций обслуживания, работа с меняющимися потребностями потребителей и разработке новых проектов для привлечения и удержания гостей.

В практической части бакалаврской работе была проанализирована деятельность гостиницы «Империял». Гостиница «Империял» является стабильным и развивающиеся организацией на рынке гостиничных услуг г.

Маркса. Однако в ходе проведения исследования были выявлены недостатки в качестве обслуживания гостей. Ряд клиентов оставляют негативные отзывы как о гостинице, так и о персонале. Для устранения негативных моментов в обслуживании потребителей были разработаны и предложены мероприятия по повышению качества услуг в гостинице «Империал»:

- развитие персонала предприятия через организацию системы обучения и повышения квалификации, чтобы у работников была реальная возможность продвижения по службе и знания для проявления творчества в работе;

- разработка программы лояльности, для того чтобы у посетителей отеля складывалось только позитивное впечатление и они становились постоянными клиентами;

- улучшение условий труда горничных;

- покупка новой мебели, ведь мебель для гостиничных номеров задаёт тон атмосфере заведения и помогает постояльцам оценить его тепло и уют.

Согласно проведенным расчетам, величина затрат на предложенные мероприятия составит 359 496 руб.

Реализация предложенных мероприятий не только повысит эффективность качества обслуживания клиентов, но и будет способствовать укреплению сплоченности коллектива, социальной удовлетворенности персонала, и росту эффективности деятельности организации.

Таким образом, качество должно быть постоянным. Заработав определенную репутацию на рынке, компания должна всеми силами стремиться ее поддерживать. Если качество услуг каждый раз меняется, то компания не сможет долгое время занимать лидирующие позиции и в конечном итоге потеряет много клиентов. В идеале, несмотря на человеческий и остальные факторы, качество услуг компании должно оставаться неизменным при любых обстоятельствах.