Савчишкина, Екатерина Петровна. Формирование механизма повышения эффективности и качества услуг в гостиничном бизнесе : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Савчишкина Екатерина Петровна; [Место защиты: Соч. гос. ун-т].- Шахты, 2011.- 200 с.: ил. РГБ ОД, 61 12-8/203

Южно-Российский государственный университет

экономики и сервиса

На правах рукописи

Савчишкина Екатерина Петровна

Формирование механизма

повышения эффективности и качества

услуг в гостиничном бизнесе

08.00.05 — экономика и управление народным хозяйством

(рекреация и туризм)

Диссертация

на соискание ученой степени

кандидата экономических наук

Шахты - 2011

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение 3.

1. Обоснование значения качества услуг средств

размещения 11

1.1 Роль и место услуг средств размещения в туристской

индустрии 11

1.2 Качество как фактор потребительской привлекательности

гостиничных услуг 39

1.3. Анализ современных подходов к определению эффективности деятельности организаций гостиничного бизнеса 47

2. Методические подходы к формированию механизма повышения

эффективности и качества услуг в гостиничном бизнесе 73

2.1. Оценка системы управления организаций гостиничного

бизнеса 73

2.2. Анализ связи между качеством гостиничных услуг и их

эффективностью 82

2.3. Формирование состава и параметров механизма повышения

качества и эффективности гостиничных услуг 98

3. Организационно-экономические аспекты обеспечения

функционирования механизма повышения эффективности и качества услуг в гостиничном бизнесе 120

3.1. Основные направления повышения эффективности и качества

услуг средств размещения 120

3.2. Методические рекомендации по оценке эффективности комплекса

услуг в гостиничном бизнесе 139

Заключение 159

Библиографический список 164

Приложения 179

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гостиницы и другие средства размещения являются основным компонентом туристской инфраструктуры. Вариативность обслуживания различных сегментов потребительского рынка является одним из условий успеха в рыночной экономике, в том числе и в оказании услуг средствами размещения. Однако, в процессе своего функционирования, гостиницы, в том числе и малые средства размещения, сталкиваются с рядом проблем.

Современный гостиничный фонд не соответствует мировым стандартам (за исключением построенных вновь или модернизированных с участием зарубежных компаний гостиниц в Москве и Санкт-Петербурге). В настоящее время в РФ подавляющее большинство гостиниц составляет фонд некатегорийных (85% в 2010г. по данным Росстата); средства размещения, имеющие категорию две-три «звезды» являются дефицитом. Низкий уровень рентабельности гостиничных услуг объясняется несоответствием качества мировым стандартам обслуживания, невысоким уровнем информационного комфорта, отсутствием комплекса маркетинговых мероприятий, в том числе- и рекламы об уникальности достопримечательностей, продуманных туристических предложений по размещению.

Нематериальный характер (неосязаемость) услуги приводит к возникновению у средств размещения проблемы, заключающейся в сложности демонстрации гостям предоставляемого им блага и трудности объяснения им, за что они платят деньги. Эта проблема может быть частично решена путем сертификации, присвоения гостинице той или иной категории по одобренной государством «Системе классификации гостиниц и других средств размещения», утвержденной приказом Федерального агентства по физической культуре, спорту и туризму от 21 июля 2005 г. №86.

Неразрывность производства и потребления услуг средств размещения обусловливает непосредственный контакт персонала, производящего услуги с потребителем. На практике оценка качества услуг в значительной мере определяется поведением персонала, который воспринимается как неотъемлемая часть самой услуги. В этом контексте речь идет о социальном качестве (культуре обслуживания, поведения персонала по отношению к гостю) услуг, необходимости его совершенствовании. Таким образом, процесс персонификации комплекса услуг, вытекающий из их специфики, актуализирует вопрос подготовки и обучения обслуживающего персонала, его мотивации.

Производитель услуг средств размещения, т.е. обслуживающий персонал, является для гостя — потребителя комплекса услуг, воплощением идей, которыми руководствуется менеджмент гостиницы. Эта характеристика трансформируется в следующую задачу системы управления: достижение высокого профессионального уровня знаний и навыков. Эффективность комплекса услуг средств размещения зависит от персонала, и поэтому, прежде всего, руководители гостиниц должны осуществлять эффективный отбор и обучение обслуживающего персонала, контактирование с гостями, моральную и материальную мотивацию.

В отечественной индустрии гостеприимства не хватает квалифицированного персонала и менеджеров, что особенно актуально в преддверии Зимних Олимпийских игр в Сочи в 2014 г., требующих грамотной организации работы с гостями и их качественного обслуживания.

Необходимо подчеркнуть, что для гостиниц и иных средств размещения, важно распределять процентное соотношение каждого вида стимулов, способствуя раскрытию позитивной стороны личности работника. Это требует диагностики трудового потенциала на основе анализа специфических характеристик, предлагаемых автором: социальный тип личности работника, направленность личности, уровень ассертивности, стратегия поведения в конфликтной ситуации, преобладающие потребности.

Результаты ФМОМ, на основе которой в рамках данного исследования, автором был определен уровень развития системы управления гостиниц, подтверждают то, что недостаточная мотивация (моральная и материальная) способна снизить уровень заинтересованности сотрудника в оказании

комплекса услуг средств размещения качества, соответствующего ожиданиям гостей. Это отрицательно сказывается на поступлении денежных средств от потенциальных потребителей услуг, а значит и размере прибыли, являющейся экономическим рычагом, регулирующим деятельность и поведение персонала гостиницы. В связи с этим целесообразно осуществлять мотивацию персонала, исходя из его социального типа личности (уровень потребностей: высокий, средний, низкий; стимулы к труду; мотивация должностного роста).

Понимание значение гостя, качества комплекса услуг, позволяет увеличить прибыль, предоставляя гостиницам и иным средствам размещения возможность оказать больше услуг, повысив число лояльных потребителей. Постоянное повышение качества — это не затрата, а вклад, основанный на обеспечении верности гостей путем удовлетворения их потребностей. Это утверждение основано на исследовании, показывающем, что затраты на приобретение нового гостя в пять раз больше затрат на удержание старого посредством предложения качественного обслуживания. В связи с этим автор « предлагает осуществлять гостиницам и иным средствам размещения вклады в совершенствование таких составляющих качества услуг средств размещения как техническое, функциональное и социальное качество. В диссертации определены инструменты управления им. Этот подход позволит: удержать гостей, сократив при этом затраты на маркетинг и, соответственно, увеличить рентабельность услуг; распространять

благоприятствующую гостинице информацию гостями, довольными качеством и осуществляющими бесплатную рекламу, в том числе и в глобальной сети Интернет, по прочитанным отзывам в которой 88% туристов (по данным исследований компаний HeBS и STR) делают свой выбор в пользу конкретной гостиницы.

Несмотря на предусмотренную «Правилами предоставления

гостиничных услуг в РФ» (в действующей редакции) необходимость размещения информации в помещении, предназначенном для оформления

проживания, в удобном для обозрения месте (сведения об исполнителе услуг, цена номеров, перечень услуг, входящих в цену номера, перечень и цена дополнительных услуг, сведения о форме и порядке оплаты, о работе, размещенных предприятий общественного питания, торговли, связи, бытового обслуживания и др.) и обеспечения гостя в каждом номере информации (о порядке проживания в гостинице, правил противопожарной безопасности и др.), отмечается низкий уровень информационного комфорта в гостиницах, в том числе и в обследованных автором в г.Шахты (по результатам анкетирования 27% потребителей отметили необходимость в предоставлении гостиницами информационных услуг). В некоторых гостиницах имеются лишь папки, содержащую информацию о гостинице и предоставляемых персоналом услугах. Этого недостаточно в условиях острой конкуренции и информатизации общества, повышения требовательности гостей к уровню сервиса. В рамках управления ' информационного качества, являющегося одним из фактором повышения эффективности комплекса услуг средств размещения, автором предлагается . сформировать информационную базу на эндогенном и экзогенном уровне, элементы которой описаны в диссертации.

Исследование автора сопряжено с обоснованием методических подходов к формированию механизма повышения эффективности и качества услуг, включающего в себя следующие компоненты: управленческий, ресурсный, рыночный, финансовый, инфраструктурный и оценочный.

Автором сформулированы методические рекомендации по оценке эффективности комплекса гостиничных услуг, содержащей следующие этапы: формирование информационной базы, статичную оценку показателей эффективности и их анализ в динамике, определение комплексной эффективности услуг. Оценивать эффективность комплекса услуг предлагается с помощью общего показателя эффективности, определяемого по экономическим, социальным и инновационным критериям по системе

следующих показателей: показатели эффективности использования

номерного фонда, эффективности гостиничного обслуживания, эффективности использования ресурсов средств размещения; показатели социальной эффективности гостиничного обслуживания и социальной ориентированности средств размещения; показатели обеспечения

инновационной насыщенности процессов обслуживания и показатели эффективности от внедрения инноваций.

Автором проведена оценка эффективности комплекса услуг средств размещения, функционирующих на территории Ростовской области. Значения итоговых показателей свидетельствуют о повышении уровня эффективности услуг большинства средств размещения.

Проведенный автором анализ позволяет оценить уровень

эффективности комплекса услуг в гостиничном бизнесе, а также создать аналитическую и информационную базу, необходимую органам управления і для принятия и реализации соответствующих управленческих решений. Разработанная методика является важным звеном в составе механизма, повышения эффективности и качества услуг в гостиничном бизнесе.

Таким образом, механизм повышения качества и эффективности комплекса гостиничных услуг, должен включать в себя: оценку деятельности гостиницы и выявление резервов; непрерывное совершенствование материально-технического, функционального и социального качества услуг для повторного привлечения гостей в обслуживании в гостинице; обеспечение формирования наиболее оптимального комплекса гостиничных услуг для максимального удовлетворения потребностей и соответствия ресурсам организации; повышение скорости и надежности информационного взаимодействия всех участников и функций управления; реализацию перспективных направлений повышения эффективности услуг по результатам ее оценки в динамике.