

***Гареев Роман Робертович,***

*к.э.н., доцент,*

*кафедра Гостиничного и туристического бизнеса,*

*ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,*

*г. Москва, Россия*

**ИННОВАЦИОННАЯ МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ ГОСТЕЙ  
ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ПРЕДДВЕРИИ ПРОВЕДЕНИЯ  
ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ-2018**

***Аннотация:*** В целях совершенствования качества обслуживания в гостиничных предприятиях ежегодно внедряются новые, инновационные методы контроля уровня предоставления услуг. В преддверии подготовки к масштабному спортивному мероприятию – Чемпионату Мира по футболу-2018, который будет проходить в России, нами разработана и апробирована новая методика оценки впечатлений гостей от различных элементов обслуживания – трехступенчатая модель оценки впечатлений гостей.

***Ключевые слова:*** инновация, методика, гостиница, чемпионат мира, трехступенчатая модель, впечатления, качество, обслуживание.

***Roman R. Gareev,***

*candidate of Economic Sciences, associate professor,*

*Hotel and Travel Industry Department,*

*FSBEI of HE «Plekhanov Russian University of Economics»,*

*Moscow, Russia*

**INNOVATIVE METHOD OF ANALYZING THE IMPRESSIONS  
OF HOTELS GUESTS IN ANTICIPATION OF WORLD  
FOOTBALL CHAMPIONSHIP-2018**

***Abstract.*** The aim of implementing new methods of analyzing guests' impressions is to improve the level of service in hotels. World Football Championship-2018 will be in Russia. In anticipation of preparing to this important sporting event a new three-phase method of analyzing guests' impressions is developed and tested.

***Keywords:*** innovation, method, hotel, world championship, three-phase model, impressions, quality, service.

В настоящее время гостиничный бизнес в России находится в стадии активной подготовки к Чемпионату Мира по футболу в 2018 году. Ежегодно по всей стране открываются новые отели различной категории, как входящие в мировые гостиничные цепи, так и работающие самостоятельно. Для руководства любой гостиницы наиболее важным является эффективная конкуренция и постоянная прибыль. Выполнение этих двух задач невозможно без высокого уровня качества обслуживания и предоставляемых услуг [1, с. 18].

Российские гостиничные предприятия для совершенствования своей деятельности и повышения уровня обслуживания используют как собственные, так и международные методики: диаграммы Ишикавы, карты качества, бенчмаркинг и т.д.

Не менее важным является применение новых, инновационных методов оценки уровня гостиничного качества, позволяющих получать руководителям более точные и актуальные данные о работе своих предприятий.

Инновационный метод оценки качества гостиничного обслуживания – это новый подход к решению проблем в организации процесса предоставления услуг, позволяющий оценить работу каждого сотрудника контактной зоны, каждого отдельно взятого элемента, предмета гостиничного предприятия, в результате чего выявляются основные недочеты, минимизирование которых позволит увеличить удовлетворенность гостей и привлечь новых потребителей гостиничных услуг.

В качестве новой методики оценки уровня обслуживания в гостиничных предприятиях, автором была разработана трехступенчатая модель оценки впечатлений гостей. Данная разработка получила применение в ряде трехзвездочных отелей г. Москвы и доказала свою эффективность в результате выявления и ликвидации «проблемных зон», непрофессиональных сотрудников, имеющих место в гостиницах.

Психологами выявлено, что впечатления человека об одном и том же предмете, ситуации могут меняться из-за их переоценки, изменений, которые произошли в определенный промежуток времени, а также влияния каких-либо

внутренних или внешних факторов [3, с. 5]. Трехступенчатая модель предполагает проведение оценки впечатлений гостей на всех этапах пребывания в отеле: во время заезда (1 этап), на третий-четвертый день проживания (2 этап), во время выписки (3 этап).

Руководством гостиницы должны быть предварительно выбраны необходимые в оценке элементы работы предприятия (область оценки), которые в дальнейшем делятся на три категории (три ступени) в порядке их значимости для успешной и эффективной работы гостиницы. Сотрудникам необходимо в течение месяца собирать данные от гостей, которые планируют проживать в гостинице не меньше недели, предлагая им во время предоставления гостиничных услуг оценить по пятибалльной шкале различные элементы работы гостиницы (уровень работы сотрудника, удобство мебели в холле, уровень освещения в номере, органичность картины в коридоре и т.п.).

Оценки по каждой исследуемой области, элементу в каждом столбце (этапе впечатлений) суммируются и делятся на количество опрошенных гостей. Таким образом, получается средняя оценка, характеризующая анализируемую область исследования или предмет.

**Формула оценки впечатлений гостей (составлена автором):**

$$\sum x_{пв(I)} = \frac{X1 + X2 + \dots + Xn}{n} \quad (1),$$

где:  $\sum x_{пв(I)}$  – общая оценка;

$Xn$  – оценка каждого гостя;

$n$  – общее количество гостей, участвующих в опросе [2, с. 394].

Все данные необходимо записывать в специальную карточку (рис. 1). Если оценка на одном из этапов не была установлена по какой-либо причине, впечатления гостя не могут быть оценены в полной мере и ранее полученные от него данные не учитываются.

<b>Этап оценки</b>		
ПВ	СВ	ЗВ
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Гость ___ Mr. J.S. Smith_____.		
Служба__Приема и размещения_____.		
<b>Что оценивается:</b> Знание языка сотрудником		
Оценка_____5_____.		
Комментарии_____		
Сотрудник_____Иванов В.В._____.		
Дата_____25.06.16_____.		
<b>Подпись</b>		<i>ЛВЯ</i>

Рисунок 1 – Пример карты бальной оценки впечатлений  
(разработан автором)

В случаях, когда высшее руководство гостиничного предприятия хочет знать причину снижения оценки, требуется проведение дополнительного исследования, целью которого является выявление проблем, с которыми столкнулись гости, а также проверки сотрудников, которые работали в те дни, когда оценка понизилась (если это явилось главным фактором).

Внедрение трехступенчатой модели оценки впечатлений гостей в гостиницах г. Москвы позволило выявить такие проблемы, как: долгий процесс заселения гостя тем или иным сотрудником, неработающее оборудование в номерах, плохое освещение номеров, проблемы с сантехникой и т.д.

Все выявленные проблемы были решены руководством и менеджерами подразделений отелей, в результате чего, спустя три месяца, гости, принявшие участие в опросе, отметили, что уровень сервиса в отелях значительно вырос.

Можно предположить, что данная разработка будет полезна в период активного заселения иностранных гостей, приезжающих на крупные массовые мероприятия в нашей стране. Трехступенчатая модель оценки впечатлений

гостей позволит исключить те недостатки, которые не приемлемы, исходя из культурных и религиозных особенностей проживающих, сделать уровень обслуживания в отечественных отелях конкурентоспособным и отвечающим требованиям мировых стандартов качества.

#### *СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ*

- 1. Белавина Я.А., Ильюшенок А.С. Организация и управление гостиничными предприятиями в преддверии Чемпионата мира по футболу-2018 // Вестник молодых ученых Самарского государственного экономического университета. – 2016. – №1 (33). – С. 18-21.*
- 2. Гареев Р.Р. Совершенствование обслуживания и методов контроля качества на гостиничных предприятиях // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2011. – № 4. – С. 394-398.*
- 3. Лайко М.Ю., Кошелева А.И., Евстегнеева Д.К. Международный опыт и российская практика эффективного управления гостиничными предприятиями // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2016. – № 4(48). – С. 2-16.*