

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА*

Зворыкина Т.И., д-р экон. наук, профессор АО «Институт региональных экономических исследований»

Бакай Б.И., магистр института бизнес-технологий НОУ ВПО «Российский новый университет»

В статье рассматривается современное состояние индустрии гостеприимства, приводятся статистические данные, характеризующие тенденции изменения рынка гостиничных услуг в условиях сложной экономической ситуации. Делается вывод о том, что ключевым фактором обеспечения успешного развития индустрии гостеприимства как одного из инфраструктурных элементов туризма может быть инновационный подход, основанный на применении статистических методов контроля качества. На практическом примере использования известных статистических методов контроля качества для конкретной гостиницы отеля Hampton by Hilton Rogozhsky Val иллюстрируется результативность и эффективность такой оценки, а также обозначена роль методов в антикризисном управлении гостиничным предприятием.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, услуги, статистические методы контроля качества, оценка, инновационный подход, качество.

ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК ИНФРАСТРУКТУРНОГО ЭЛЕМЕНТА ТУРИЗМА

Одной из наиболее уязвимых отраслей экономики в период применения политических, организационных и экономических санкций стала индустрия гостеприимства, которую можно считать инфраструктурным элементом туризма [1]. Число въездных поездок иностранных граждан и число выездных поездок граждан России резко сократилось в последние годы [2]. Иллюстрация этой ситуации приведена на рис. 1.

За последние два года значительно снизился поток приезжающих туристов из зарубежных стран, в то же время оказалось, что внутренний рынок туристских услуг не совсем готов к интенсификации туризма в пределах России. Как свидетельствуют статистические данные [2], уже с 2012 по 2017 г. результативность туристской инфраструктуры не увеличилась, а по отдельным характеристикам даже значительно снизилась, число ночевков на одно место в коллективных средствах размещения сократи-

лось с 128,4 в 2011 г. до 77,3 в 2020 г. В этот период усредненный коэффициент использования номерного фонда составил 32%. Для сравнения следует отметить, что этот показатель в 2016 г. (по данным Всемирной туристской организации) составил 44%, а в Испании 60%. В то же время, несмотря на не загруженность номерного фонда в России, наблюдается недостаток туристской инфраструктуры, которая соответствовала бы потребительским ожиданиям гостей, ориентированных на международный уровень сервиса [3].

Анализ причин, тормозящих развитие индустрии гостеприимства в России, показывает, что к ним можно отнести:

- мощное санкционное давление на экономику страны и социально-политическую изоляцию России, которое мешает продвижению туристского продукта за рубеж;
- опережающее развитие туризма в других странах, что отрицательно влияет на динамику въездного туристского потока;
- значительное снижение уровня доходов российских

* Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) проект № 20-010-00343-22.

граждан, что не мотивирует россиян на внутренние туристские поездки;

- увеличение затрат на организацию и ведение туристского бизнеса, что ведет к снижению качества предоставляемых услуг.

Однако данные Росстата [2] говорят о том, что последние несколько лет туризм в нашей стране рос в среднем на 3–7% быстрее, чем валовой внутренний продукт страны. Характеристика изменения численности коллективных средств размещения в России приведена рис. 2 [2].

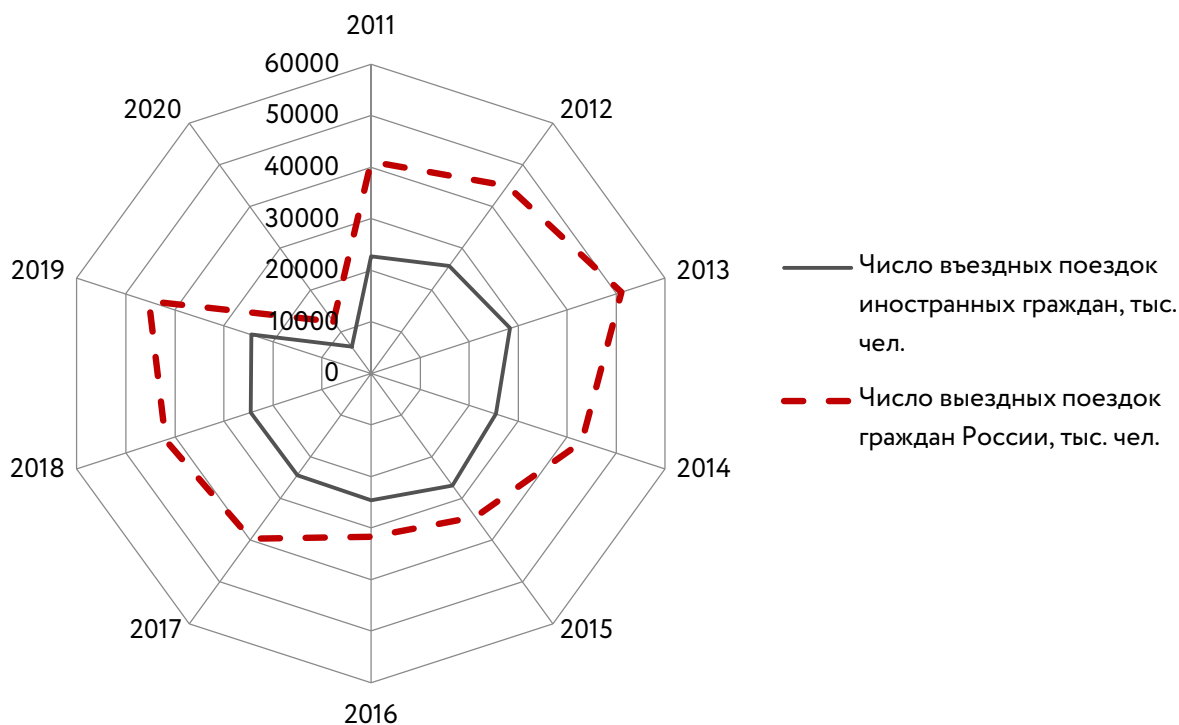


Рис. 1. Характеристика въездных поездок иностранных граждан и выездных поездок граждан России (2011–2020 гг.)



Рис. 2. Число коллективных средств размещения (гостиниц и специализированных средств размещения) в России (ед.)

К 2025 г. в соответствии с программой развития туризма [3] темп роста валовой добавленной стоимости туризма должен был сравняться с уровнем роста экономики России в целом [3].

На рис. 3 приведена характеристика изменения численности работников туристской индустрии и число въезжающих иностранных граждан за период с июля 2021 по март 2022 г. [2].

Данные говорят о том, что средняя численность работников туристской индустрии относительно стабильна, а число

въездных иностранных граждан в начале 2022 г. имеет тенденцию к снижению.

Нормативной базой развития индустрии гостеприимства служат: федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ; указы Президента о национальных целях от 21.07.2020 № 474 и стратегии национальной безопасности от 02.07.2021 № 400; распоряжение Правительства РФ о стратегии развития туризма до 2035 года и Постановление Правительства РФ о государственной программе «Развитие туризма» от 24.12.2021 № 2439; комплекс межгосударственных и национальных стандартов на услуги индустрии гостеприимства.

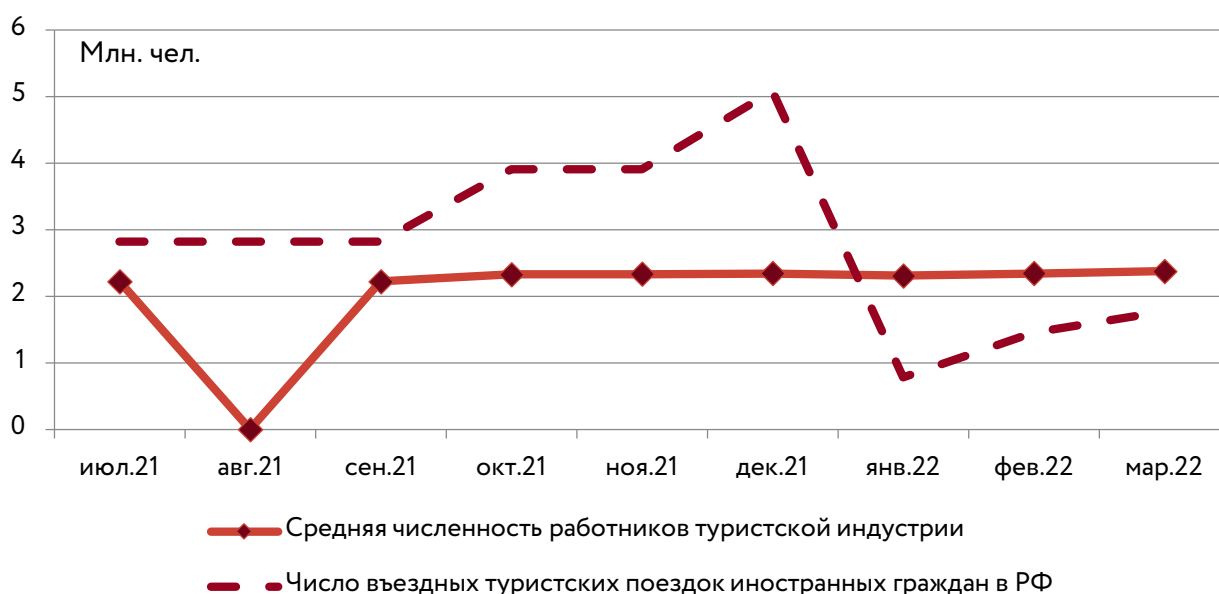


Рис. 3. Динамика численности работников туристской индустрии России и числа въезжающих иностранных граждан (млн чел.)

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА К РАЗВИТИЮ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Для исследования влияния инновационного подхода, связанного с использованием статистических методов контроля качества, к развитию индустрии гостеприимства применялись общенаучные и конкретно-предметные методы исследования. Была осуществлена оценка применения метода фокус-группы при установлении интересов потребительской аудитории для выявления факторов, влияющих на результативность предоставления услуг, а также на обеспечение их качества. Для изучения количественного влияния на экономику индустрии гостеприимства использовались статистические данные Росстата. Кроме того, в процессе проведения исследований осуществлялся опрос заинтересованных сторон по оценке возможности применения различных статистических методов контроля качества, используемых в других сферах деятельности, для индустрии гостеприимства и оценке их влияния на инновационные процессы.

СПЕКТР СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА И ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИХ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Для выбора правильного вектора развития гостиничного предприятия необходимо опираться на общую статистику качества оказываемых услуг. Общеизвестно, что достоверную информацию о качестве деятельности любого предприятия возможно получить на основе применения статистических методов контроля качества [4]. К ним отнесены: контрольный лист (чек-лист); гистограмма; диаграмма разброса; метод стратификации; диаграмма Парето; контрольные карты; причинно-следственная диаграмма (диаграмма Исикавы).

Данные методы являются эффективным инструментом для контроля качества услуг, предоставляемых гостиничным предприятием. Учитывая их простоту и универсальность, они позволяют сохранить связь со статистикой и дают возможность профессионально пользоваться результатами этих методов и, при необходимости, совершенствовать их.

Применение каждого из методов обуславливается конкретной ситуацией и той целевой установкой, для которой его применяют. Для решения некоторых проблем средству размещения достаточно применить хотя бы два метода для понимания и учета уровня качества предоставления услуг, в сложных ситуациях необходимо использовать весь спектр методов. Как показал опрос работников гостиничного предприятия и непосредственно гостей: в гостиничном бизнесе данные методы становятся незаменимыми помощниками для оценки качества. Это объясняется спецификой гостиничного бизнеса, который строится именно на взаимодействии исполнителей и потребителей, их многогранность отношений возможно измерить и оценить на основе универсальных способов и приемов [1, 5]. Применение статистических методов контроля качества позволяет усовершенствовать все факторы качества услуг: производственный процесс, помещения, квалификацию исполнителей, применяемое оборудование, инструмент и непосредственно сам гостиничный продукт.

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ НА КОНКРЕТНОМ ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Рассмотрим два из применяемых методов. **Гистограмма** – метод, отражающий зависимость частоты попадания параметров процесса в определенный интервал значений [4]. Гистограмма, как показали исследования, становится одним из самых популярных статистических методов контроля качества в гостиничном и туристическом бизнесе.

Статистика различного вида формируется в программе, используемой гостиничным предприятием (загрузка, финансовая статистика, статистика по гостям и т.д.); внутри различных служб отеля самими работниками (отчет происшествий на ресепшен) и т.д.

Статистику же в виде гистограмм гостиничные предприятия (в основном отели) обычно получают от систем онлайн-бронирования для наглядного видения успешной или безуспешной деятельности. Также гистограммную статистику отель получает из используемой программы, собственного сайта, Travelline и т.д.

Для наглядного примера рассмотрим гистограммы статистики отеля Hampton by Hilton Rogozhsky Val, взятые из Lobby Hilton (сайт для сотрудников и менеджеров отелей сети Hilton по всему миру). Сайт создан для управления средствами размещения, ведения статистики, на сайте также находятся все необходимые стандарты брендов, информация о сети и инструменты для работы с гостями и средствами размещения в век цифровых технологий. На рис. 4 представлены результаты применения метода, которые являются чрезвычайно важными для менеджмента [6–8]. Эта гистограмма иллюстрирует основные проблемы, с которыми столкнулись гости во время пребывания в отеле. Лидирующие позиции занимает чистота помещения в целом и качество уборки в номере (в среднем 5,7 плохих отзывов за 2022 г.), затем идут проблемы с климатом в номере (5,1), проблемы с персоналом (2,6), шум в номере (2,3) и негативные отзывы о питании в отеле (2,0).

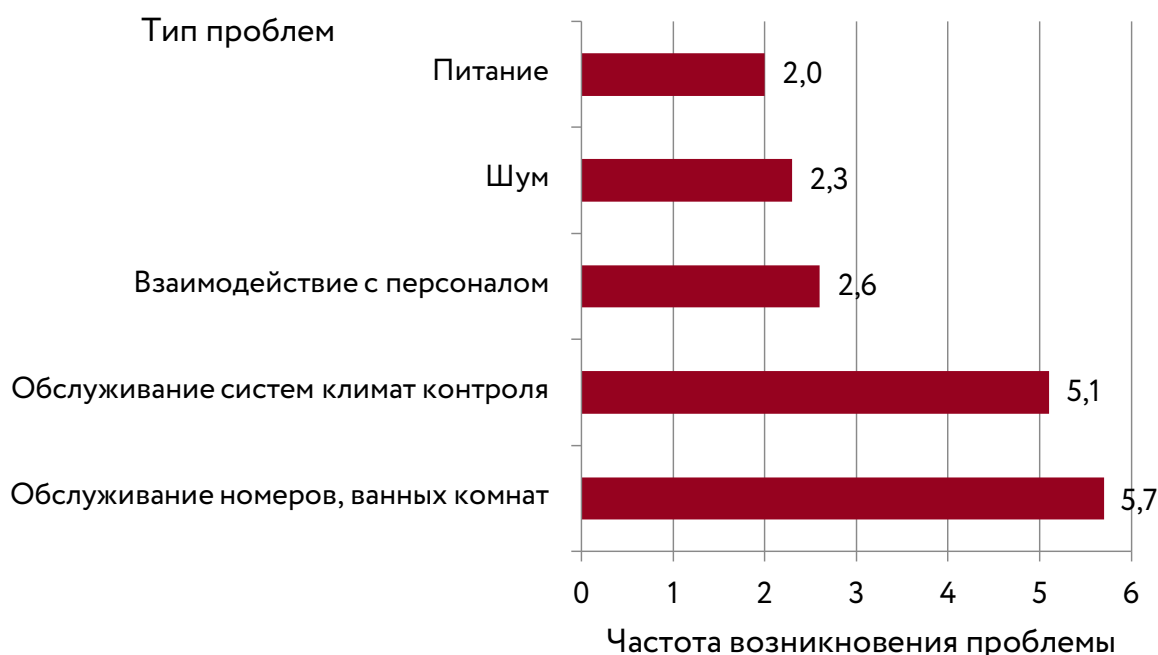


Рис. 4. Основные проблемы, описанные в негативных отзывах гостей отеля Hampton by Hilton Rogozhsky Val

Рассмотрим применение **метода диаграммы Исикавы** в отеле Hampton by Hilton Rogozhsky Val. Используя информацию гистограммы рис. 4, мы определили главную проблему отеля – устранение отставания от конкурентов, а затем установили факторы, влияющие на её решение. После полноценного анализа на основе использования этого метода был сделан вывод о том, что для решения основной проблемы потребуется прибегнуть к некоторым действиям:

Первое. Увеличить количество горничных путем привлечения специализированных компаний на основе аутсорсинга в те дни, когда ожидается большой выезд гостей. Можно рассмотреть возможность выезда на работу менеджера Housekeeping службы в

выходные и праздничные дни с высокой загрузкой (90–100%).

Второе. Рассмотреть возможность индивидуального переключения фанкойлов (в зависимости от уличной температуры). По умолчанию предоставить в угловые номера обогреватели.

Третье. Проводить с сотрудниками и персоналом регулярные тренинги по правильному общению с клиентами.

Четвертое. Рассмотреть возможность улучшения шумоизоляции.

Представим это решение графически (рис. 5).

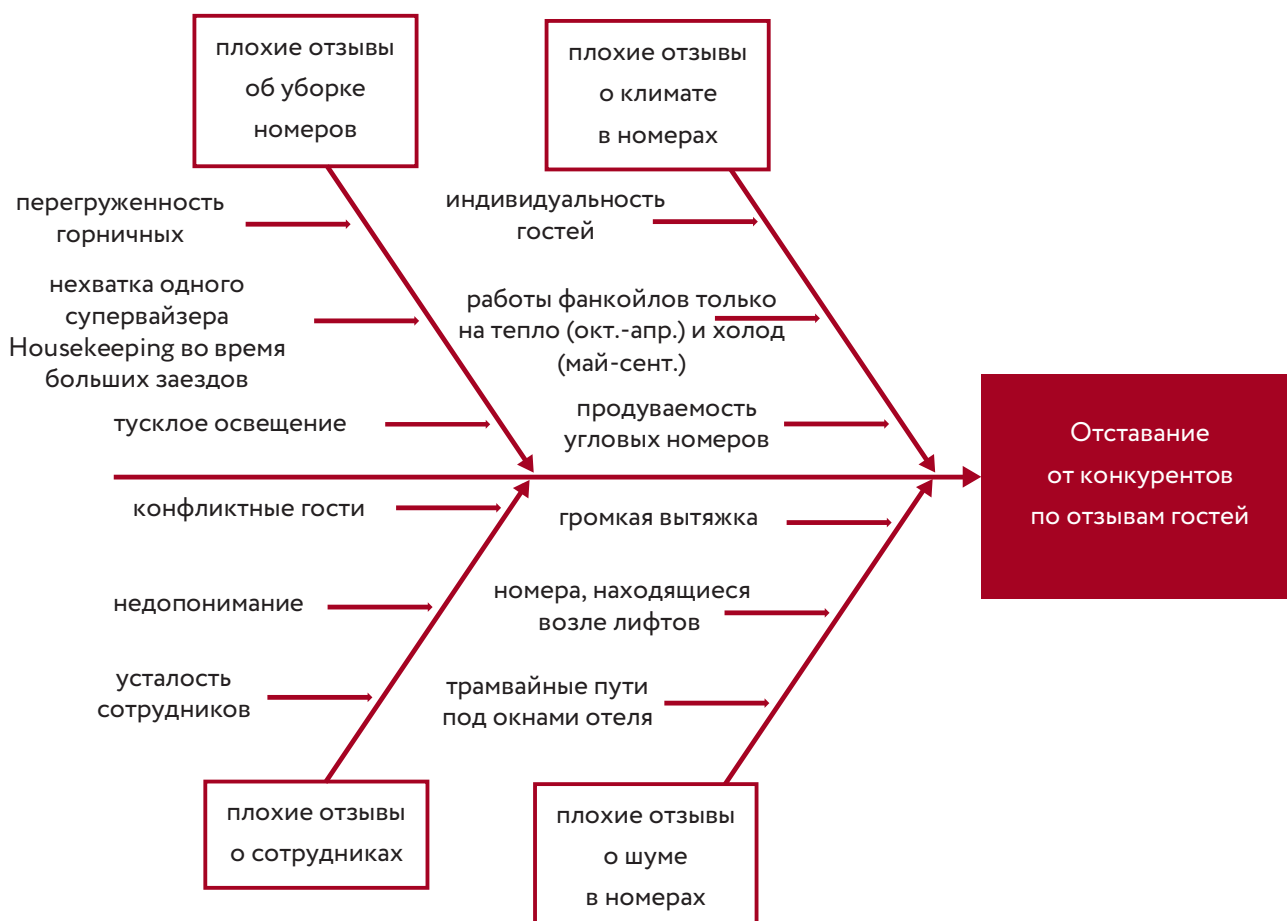


Рис. 5. Применение метода Исикавы для оценки качества работы отеля Hampton by Hilton Rogozhsky Val

Результаты исследования статистики являются одним из самых важных элементов контроля качества. В гостиничном бизнесе на основе статистики строится работа полностью всего гостиничного предприятия. Полученную из открытых (отзывы на различных интернет-площадках) и собственных (закрытых, то есть доступных только сотрудникам отеля) источников статистику, менеджеры обязаны направить на решение вопросов будущего развития отеля.

Отель, получивший негативную статистику за определенный период времени, обязан быстро отреагировать на проблему, послужившую спусковым механизмом для негативных отзывов. Чем быстрее проблема решится, тем меньше плохих отзывов успеют оставить гости. Соответственно, статистика не станет ухудшаться в значительной мере, а при правильно принятых менеджментом отеля решениях, наоборот, начнет улучшаться.

ПЕРВООЧЕРЕДНЫЕ МЕРЫ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ

Гостиничному предприятию, получающему положительную статистику, не стоит останавливаться на достигнутом. Качество оказания услуг отелем не может быть постоянным, оно должно совершенствоваться. Отелю, имеющему хорошие статистические показатели, требуется их постоянно улучшать. Сделать это можно с помощью каких-либо нововведений, стимулирования сотрудников для их более качественной работы, тщательного изучения конкурентов (их слабых и сильных сторон) для дальнейшего изменения стратегии развития своего гостиничного предприятия [9, 10].

В сегодняшние нелегкие для бизнеса времена, малому и крупному гостиничному бизнесу стоит подойти к дальнейшему развитию предприятия с применением инноваций. Как показывает опыт работы успешных предприятий, к стабильному и легкому получению прибыли в гостиничном бизнесе сейчас прийти очень сложно. Отелям необходимо развиваться, подстраиваться под нынешнюю экономическую и политическую обстановку.

Как правило, гости ждут от отеля теплого приема, персонального внимания, ощущения спокойствия и безопасности, профессионального сервиса, положительных эмоций и впечатлений от обслуживания и др. [1] Учитывая пожелания гостей 21 века и, опираясь на статистику отеля Hampton by Hilton Rogozhsky Val, возможно разработать рекомендации по развитию гостиничных предприятий.

Очень часто гости отечественных отелей остаются недовольными уровнем оказываемого сервиса. Более 60% российских туристов жалуются на плохой сервис на отечественных курортах [6]. Данное явление легко объяснимо: российские туристы, привыкшие отдыхать за пределами России на иностранных курортах, способны сравнить уровни сервиса в нашей стране и за рубежом.

Так как после начала пандемии Covid-19 мировые путешествия в значительной мере сократились, в России начал интенсивно развиваться отечественный туризм. Поэтому перед туристами, предпочитающими поездки в другие государства, предстала чуть ли не единственная альтернатива – отдых внутри России. Но уровень сервиса в нашей стране оказался не готов к наплыву такого количества туристов. Поэтому большое количество гостей остались недовольными, сравнивая отечественный и зарубежный уровень оказания услуг.

С течением времени, а также в связи с ухудшением отношений со многими зарубежными странами в 2022 г., отечественный туризм и гостиничный бизнес должны

продолжить свое развитие. И со временем, уровень оказываемых услуг будет только повышаться, а недовольных гостей будет становиться значительно меньше.

Государству необходимо помочь в развитии гостиничного и туристического бизнеса с помощью материальных и нематериальных рычагов стимулирования [1]. В среде здоровой конкуренции гостиницы будут пытаться привлечь большое количество гостей именно повышением уровня качества оказываемых услуг. Для этого требуется в первую очередь правильно выстроить стратегию управления и развития. Поэтому при успешном менеджменте гостиничных предприятий и конкуренции в среде гостиничного бизнеса, уровень качества оказываемых отелем услуг и общий уровень развития гостиничного бизнеса будут только повышаться.

Применение статистических методов контроля качества выявило множество проблем, одной из которых является неквалифицированный персонал. Действительно профессиональные работники индустрии гостеприимства обычно работают в сетевых отелях иностранных (Hilton, Marriott и т.д.) и отечественных компаний (Ibis, Azimut и т.д.). После ухода многих иностранных сетей из России появилось большое количество высокопрофессиональных работников гостиничного бизнеса, которые будут развивать уже отечественные бренды или независимые отели.

Для решения вышеописанной проблемы требуется помощь от государства. Поддержка колледжей и вузов поможет увеличить количество специалистов отрасли гостеприимства и, следовательно, повысится уровень оказания гостиничных и туристических услуг в России.

Еще одной проблемой остается несоответствие гостиницы присвоенной ей категории. Глава Ростуризма З.В. Догузова отмечает, что лишь 10% номерного фонда отечественных гостиниц соответствует современным стандартам качества. Данная статистика является неутешительной. Для решения этой проблемы необходимо ужесточить требования для проверок гостиничных предприятий, уменьшить интервал проверок, увеличить количество внеплановых проверок и ужесточить требования к организациям, выдающим сертификаты о категории гостиничного предприятия.

Несоответствие отеля собственной звездности – это действительно очень важная проблема. Гости при выборе отеля чуть ли не в первую очередь ориентируются именно на присвоенную гостиничному предприятию звездность. Звезд больше – качество оказываемых услуг лучше. Звезд меньше – качество услуг на более низком уровне. Простая и легкая формула, которую поймет даже ребенок. При несоответствии звездности у гостя отеля на всю жизнь может выработаться недоверие к правдивости ин-

формации, предоставляемой отелем. Многие гости очень часто обращаются с просьбой – сначала посмотреть номер, а уже затем произвести оплату.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что проблема неверного установления звездности требует незамедлительного решения. В качестве упреждающей меры необходимо применять статистические методы контроля качества. Они помогут диагностировать состояние качества предоставляемых услуг в отеле и станут основополагающими для правильного выбора мер устранения несоответствий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современное состояние гостиничной индустрии говорит о необходимости применения инструментов по совершенствованию её развития. Инновационный подход, основанный на применении статистических методов контроля качества, дает основание надеяться, что их использование позволит гостиничным предприятиям быть конкурентоспособными и привлекательными для отечественных и зарубежных туристов.

Список использованных источников и литературы

1. Никольская Е.Ю., Попов Л.А., Ковальчук А.П. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг. – М.: КНОРУС, 2019. 344 с.
2. Федеральная служба государственной статистики: – Режим доступа: сайт. [Электронный ресурс] – URL: <http://gosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения 02.08.2022).
3. Постановление Правительства РФ от 24.12.2021 № 2439 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма».
4. Белобрагин В.Я., Зворыкина Т.И. Институциональные подходы к взаимодействию стандартизации и инновационной деятельности в сфере услуг // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2019. № 3. С. 96–104.
5. Морозов М.А., Морозова Н.С., Зворыкина Т.И. Новые требования к качеству туристских услуг в современных реалиях // Стандарты и качество. 2020. № 8. С. 104–108.
6. Александрова Т.В. Инновационный менеджмент: учеб. пос. // Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Электрон. дан. – Пермь. – 2019. – Ч. 3. – 3 Мб. – 153 с. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/shilova-innovacionnyj-menedzhment-ch3.pdf> (дата обращения 02.08.2022).
7. Зворыкина Т.И. и др. Развитие предпринимательства: инновации технологии инвестиции: монография/ под общ. ред. ректора Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. д.э.н., профессора М.А. Эскиндарова. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2020. 352 с.
8. Никаноров П. Стандартизация в области менеджмента инноваций // Стандарты и качество. 2016. № 12 (954). С. 36–39.
9. Зворыкина Т.И., Быстрова Т.К., Сотникова Е.В. Характеристика инноваций в сфере услуг: модель их взаимодействия со стандартизацией // Компетентность. 2019. – №8. С. 10–18.
10. Иванов И.В., Баранов В.В. Инновационное развитие России. Возможности и перспективы. – М.: ООО «Альпина Паблишер». 2011. 351с.

INNOVATIVE APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF THE HOSPITALITY INDUSTRY BASED ON THE USE OF STATISTICAL METHODS OF QUALITY CONTROL

Zvorykina T.I., doctor of Economics, professor of JSC «Institute of Regional Economic Researches»

Bakai B.I., master of the Institute of Business Technologies of the NOU VPO «Russian New University»

The article examines the current state of the hospitality industry, provides statistical data characterizing trends in the hotel services market in a difficult economic situation. It is concluded that an innovative approach based on the application of statistical methods of quality control can be a key factor in ensuring the successful development of the hospitality industry as one of the infrastructural elements of tourism. A practical example of the use of well-known statistical methods of quality control for a specific hotel of the Hampton by Hilton Rogozhsky Val hotel illustrates the effectiveness and efficiency of such an assessment, and also identifies the role of methods in crisis management of a hotel enterprise.

Keywords: hospitality industry, services, statistical methods of quality control, evaluation, innovative approach, quality.

References

1. Nikolskaya E.Yu., Popov L.A., Kovalchuk A.P. Standardization and quality control of hotel services. Moscow: KNORUS. – 2019. – 344 p.
2. Federal State Statistics Service: – Access mode: – URL: <http://rosstat.gov.ru/folder/23457> (accessed 02.08.2022).
3. Decree of the Government of the Russian Federation of December 24, 2021 № 2439 «On approval of the state program of the Russian Federation «Tourism Development».
4. Belobragin V.Ya., Zvorykina T.I. Institutional approaches to the interaction of standardization and innovation in the service sector // Bulletin of the Russian New University. Series: Man and society. – 2019. – No. 3, pp. 96–104.
5. Morozov M.A., Morozova N.S., Zvorykina T.I. New requirements for the quality of tourist services in modern realities// Standards and quality. – 2020. – No.8, pp. 104–108.
6. Alexandrova T.V. Innovation management: studies. manual / Perm. gos. nats. research. un-t. – Electron. dan. – Perm. – 2019. – Part 3. – 3 MB; – 153 p.: – Access mode: – URL: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/shilova-innovacionnyj-menedzhment-ch3.pdf> (accessed 02.08.2022).
7. Zvorykina T.I. et al. Entrepreneurship development: innovation technology investment. Monograph/ under the general editorship of the Rector of the Financial University under the Government of the Russian Federation. Doctor of Economics, Professor M.A. Eskindarov. – M.: Publishing House – trading corporation "Dashkov and K". – 2020 – 352 p.
8. Nikanorov P. Standardization in the field of innovation management// Standards and quality – 2016. – № 12 (954). – Pp. 36–39.
9. Zvorykina T.I., Byistrova T.K., Sotnikova E.V. Characteristics of innovations in the service sector: a model of their interaction with standardization / Competence. – 2019. – No 8. – Pp. 10–18.
10. Ivanov I.V., Baranov V.V. Innovative development of Russia. Opportunities and prospects. – M.: Alpina Publisher LLC. – 2011. – 351 p.