



Калабкина Ирина Михайловна

кандидат экономических наук, доцент, кафедра туризма, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск
i.m.kalabkina@yandex.ru

Кицис Вячеслав Михайлович

кандидат географических наук, доцент, кафедра туризма, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск
vkitsis@mail.ru

Фомина Татьяна Сергеевна

студентка, географический факультет, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

УДК 351.757

НОВЫЕ ФОРМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ В СЕТЕВЫХ ОТЕЛЯХ

В статье рассматриваются современные формы обслуживания гостей в отелях, входящих в состав гостиничных сетей. Высокий уровень конкуренции в гостиничном бизнесе заставляет отели искать и внедрять такие формы обслуживания, которые способны удовлетворить самые взыскательные вкусы гостей. Новые формы обслуживания связаны с внедрением современных информационно-коммуникационных технологий. Несмотря на высокие затраты по их внедрению, это будет способствовать формированию клиентской базы отеля, следовательно, к повышению конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг.



Ключевые слова: отель, сетевые отели, форма обслуживания, индивидуальное обслуживание, самообслуживание, программа лояльности, сервис.

Под обслуживанием в гостиничном бизнесе понимается целенаправленная работа персонала отеля по отношению к гостям. Данная работа представляет собой систему экономических и технических операций и действий, направленных на максимально полное удовлетворение потребностей и предоставление комфортных удобств и благ гостям сетевых отелей.

Форма обслуживания гостей в коллективных средствах размещения – это организационный способ (прием) предоставления услуг, включающий совокупность четких сервисных операций по обслуживанию клиентов. В пределах каждой разновидности услуг могут быть задействованы разные формы обслуживания, предназначенные для удобства гостей и удовлетворения их запросов [5]. Таким образом, форма обслуживания – это прием предоставления услуг, а именно вид труда, обусловленный содержанием услуги.

Форма обслуживания – это не застывшая категория, а динамичная, изменяющаяся во времени и связанная с экономическим законом роста потребностей, в том числе и в услугах. Поэтому с ростом материального благосостояния населения, с возникновением новых видов услуг появляется потребность в соответствующих формах их обслуживания. В свою очередь эффективность деятельности персонала отелей находится в прямой зависимости от форм обслуживания.

Различают традиционные и современные (прогрессивные) формы обслуживания гостей, используемые сетевыми отелями.

К числу традиционных форм обслуживания относятся массовое, индивидуальное и стационарное обслуживание. Чаще всего эти формы дополняются сопутствующими и дополнительными услугами для гостей за отдельную плату.

Индивидуальная форма обслуживания присутствует во всех отелях сети. Индивидуальный подход – это основа поддержания качества услуг в отеле. Каждый гость для гостиницы важен и решение его проблем – только в радость. Довольные клиенты – это показатель отличного сервиса. С момента бронирования номера и до выписки гостя из отеля осуществляется полностью индивидуальный подход к клиентам, все просьбы и пожелания выполняются моментально. Гостиничные сети конкурируют между собой, потому что каждая из сетей старается для своих клиентов и делает все возможное для создания и поддержания комфорта в отелях [1].



К числу более прогрессивных относится комбинированная форма обслуживания, заключающаяся в предложении максимального количества услуг в гостинице при обеспечении минимального расхода времени гостям. Например, при заселении в гостиницу каждый гость проходит процедуру заселения за стойкой регистрации, при этом осуществляется заполнение регистрационной формы гостем с указанием его контактной информации. В это время сотрудник отеля осуществляет регистрацию, проводит оплату за оказание услуг, сканирует документы для постановки на миграционный учет и информирует о наличии дополнительных услуг, выдает ключи от номера. При этом гостю за короткое время предлагается максимальное количество услуг.

Широко применяется бесконтактное обслуживание в отелях. Например, при получении услуг прачечной гость может заполнить бланк заказа, который имеется у него в номере, с указанием времени готовности вещей, и сложить вещи в специальный пакет. За короткий срок в отеле могут быть произведены ремонт, глажка, стирка, химчистка одежды. При текущей уборке номера горничная забирает вещи и приносит выполненный заказ гостю строго к указанному времени [4].

Самообслуживание позволяет клиентам удовлетворить некоторые свои запросы собственными силами. Например, в каждом сетевом отеле имеется гладильная комната, которая работает круглосуточно, где гость может самостоятельно погладить свои вещи. Он воспользоваться услугами бизнес-центра, оборудованного компьютерной техникой, располагающего доступом в интернет, т.е. всем необходимым для работы.

С увеличением количества сетевых отелей конкуренция на гостиничном рынке становится все острее. «Бороться» за гостя становится сложнее из-за появления новых отелей, которым клиенты отдадут предпочтение, в первую очередь, в силу их новизны. Возросшая конкуренция заставляет отели искать новые возможности для привлечения гостей. При этом ситуация на гостиничном рынке нестабильна. Деловая активность в связи с экономической ситуацией в стране снижена, бюджеты урезаны. С другой стороны, рынок становится более конкурентным, он увеличивается, и, как следствие, кто-то из его участников уходит на другие площадки.

Для привлечения гостей и повышения уровня обслуживания сетевые отели стремятся использовать новые формы работы, а именно, предоставить дополнительные услуги. К их числу относятся разного рода акции и спецпредложения, специальные программы лояльности клиентов, различные скидки, бонусные и индивидуальные программы и привилегии и др. Все эти формы обслуживания направлены на совершенствование сервисной деятельности, на сокращение времени оказания услуг, создание удобств для



гостей.

На сегодняшний день в сетевых отелях появляется новая форма обслуживания гостей – быстрый заезд и выезд из отеля. Это можно увидеть на примере гостиничной сети «AccorHotels» [6]. Отели компании предлагают бронирование номера на сайте AccorHotels.com или через мобильное приложение и мгновенную регистрацию «Onlinecheck-in» в отеле. При заезде гостя на ресепшен уже готов электронный ключ и документы с регистрационными данными для его пребывания, что существенно сокращает время регистрации и личное время клиента в целом. Такая форма упрощает работу сотрудников службы приема и размещения при выполнении необходимых формальностей при регистрации и дает больше времени для решения вопросов размещения и нахождения гостей в отеле.

У отелей сети «AccorHotels» есть и аналогичная форма обслуживания на быстрый выезд из отеля «Fast check-out», которая предусматривает, что гость оставит электронный ключ от номера на стойке ресепшен в специальном боксе. Это облегчает процедуру выписки гостя из отеля, поскольку выезд из отелей занимает некоторое время, отводимое для проверки номера персоналом и подготовки всех необходимых документов, подтверждающих проживание. Благодаря такой новой форме обслуживания гость экономит свое время, а счет за проживание в отеле получает по электронной почте.

Чтобы решить распространенную проблему электронных ключей и регистрации на стойке ресепшен, гостиничные сети «Hilton» и «Marriot» используют такую форму обслуживания как мобильный ключ от номера, который позволяет входить в номер при помощи смартфона и приложения сетевого отеля. В замки дверей номеров встроены элементы беспроводной связи «Bluetooth». У «Hilton» такая форма обслуживания гостей называется «DigitalKey» (*англ.* цифровой ключ), а у гостиничной сети «Marriot» – «MobileRoomKey» (*англ.* мобильный ключ от номера). Стоит отметить, что изначально такую систему поддерживали смартфоны производства «Apple», т. е. воспользоваться данной услугой могли только владельцы устройств «iOS». Сейчас появилась новейшая версия операционной системы «Android» и теперь гости с мобильными устройствами на разных платформах могут скачивать данное приложение.

Новая форма обслуживания гостей в отеле отменяет необходимость регистрации при прибытии в отель, так как, бронируя номер, будущий гость скачивает мобильное приложение гостиничной сети и получает уникальный идентификационный номер ID для визита в отель. Прибыв на место, он может сразу направиться в номер и с помощью телефона после авторизации открыть комнату. В этот же момент данные отправляются на стойку ресепшен и



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2019. № 2. ID 165

компьютерная программа автоматически регистрирует заселение гостя. В результате отпадает необходимость стоять в очереди при регистрации, увеличивается приватность пребывания гостей и повышается безопасность отеля. Такая новая техническая форма обслуживания позволяет повысить уровень сервиса известных гостиничных сетей.

В сетевых отелях все больше применяют формы обслуживания, основанные на использовании новых технологий. Например, в гостиничной сети «Hyatt» гостям, которые осуществили бронирование номера через мобильное устройство, предлагают подойти к терминалу самообслуживания, набрать свое имя или номер бронирования, после чего выдается электронный ключ. А компания «Best Western», например, дает подарочную карту на 25 долларов за каждые два дня пребывания в любом отеле сети по всему миру [2].

«Marriott International», «Hyatt», «Hilton» и другие гостиничные сети в своей деятельности широко используют программы лояльности для своих постоянных и будущих гостей. У гостиничной сети «Hilton» в гостевой программе лояльности предусмотрено, что ее участники, бронирующие номера непосредственно через сервисы «Hilton», получают эксклюзивные скидки и преимущества, как например бесплатный «Wi-Fi», цифровую регистрацию, бесключевой доступ в номер и возможность, используя мобильное приложение, выбрать любой понравившийся номер.

Гостиничный оператор «AccorHotels» использует в своей деятельности бесплатную программу лояльности для своих гостей. Стать участником гости могут бесплатно. Для этого необходимо заполнить анкету и отдать сотруднику службы размещения. После чего гость получает e-mail- и SMS-сообщение с подтверждением создания аккаунта с электронной картой участника программы «LeclubAccorHotels» в статусе «Classic». Чем больше гость останавливается в отелях «AccorHotels», тем больше привилегий и бонусов получает. В первую очередь программа подразумевает 10 %-ю скидку при бронировании во всех отелях сети, ранний доступ к распродажам по всему миру, что позволяет производить бронирование по эксклюзивным тарифам на 48 часов раньше остальных, так как распродажи в этой компании проводятся дважды в год. Также программа дарит ночь в отеле за накопленные 2000 баллов и более в любом отеле по желанию гостю.

В программе лояльности в отелях «AccorHotels» имеется четыре уровня карт статусов «Classic», «Silver», «Gold» и «Platinum» [7].

Статус «Classic» гость получает автоматически при вступлении в программу лояльности сети. Преимуществами являются получение раннего доступа к распродажам, тариф участника со скидкой в 10 % во всех отелях сети, бесплатный доступ к интернету во всех отелях в мире и наградные баллы за



каждый потраченный рубль, которые можно обменять на подарки.

Статус «Silver» присваивается в случае пребывания в отелях сети от 10 ночей. Важными преимуществами для гостей является то, что в отелях предоставляется отдельная стойка регистрации, комплементарный поздний выезд во всех отелях сети, подготовка номера ко сну, скидочный тариф в 10 %, бесплатный доступ к сети интернет и ваучер на приветственный напиток для двух персон «Welcome Drink».

Гости, имеющие статус «Gold», имеют те же преимущества, что «Classic» и «Silver». Отличие заключается в том, что отели гарантируют наличие номера при бронировании за 3 дня до заезда, ранний заезд и поздний выезд, приветственный подарок в номер и заселение в лучший номер более высокой категории при наличии свободных номеров в отеле.

Преимущества гостей статуса «Platinum» дублируют все привилегии для вышеперечисленных и дополняются отдельной телефонной линией клиентской службы «LeclubAccorHotels», гарантией наличия номера при бронировании за 2 дня до заезда, комплементарный ранний заезд и поздний выезд, высокоскоростной интернет и доступ в представительский лаундж при его наличии.

Анализ программы лояльности «LeclubAccorHotels» показал, что подобные программы способствуют увеличению количества гостей, осуществляющих бронирование напрямую на официальных сайтах отелей сети. Таким образом, гости заинтересованы в программе и вовлечены в накопление баллов и получение статусов в этой сети, они отслеживают количество набранных баллов через приложение «AccorHotels» на мобильном устройстве и на официальном сайте компании.

Как показывает анализ программ лояльности сетевых отелей «Marriott International», «Hyatt», «Hilton» и «AccorHotels» и др., каждая сеть отелей предлагает сходный набор услуг и привилегий для гостей. Единственное отличие – это обновление программы в феврале 2019 г. у гостиничной сети «Marriott International», которая теперь называется «Marriott Bonvoy». Гостиничная сеть позиционирует эту программу как «Самая щедрая программа лояльности в мире, с наибольшим количеством отелей-участников, услуг и направлений. Новое название. Свежий взгляд. Та же превосходная программа лояльности».

Итак, можно сделать вывод, что программа гостиничной сети «Marriott International» «Marriott Bonvoy» отличается, например, от «AccorHotels» «LeclubAccorHotels» только размером скидки. Она составляет 25 % или на выбор гостя – 5000 бонусных баллов «Marriott». В остальном у программы «LeclubAccorHotels» гостиничной сети «AccorHotels» имеется больше привилегий для гостей, а скидка на проживание составляет 10 %.



Каждый сетевой отель имеет гостиничную программу для работы и улучшения уровня обслуживания клиентов. В основном сети используют для работы программу «Opera», которая позволяет управлять номерным фондом, тарифами, групповыми продажами, туристскими агентствами, отчетностью, историей гостя или компании и т. д. Но, к сожалению, эта программа не способна помочь сотрудникам в быстрой постановке иностранных граждан на учет.

Сейчас сетевые отели нашли выход из долгой процедуры регистрации и постановки или снятия с учета иностранных гостей в МВД. Она нашла отражение в установке программы «Конткр.Отель», которая мгновенно предоставляет услуги по постановке российских и иностранных граждан на миграционный учет, а также дает возможность при выезде иностранным гостям предоставлять документ, подтверждающий их пребывание в стране и конкретно в определенном отеле.

Некоторые сетевые отели предлагают бесплатный трансфер в аэропорт или на вокзал. Например, гостиничный оператор «AccorHotels» в своих отелях предоставляет для гостей бесплатный трансфер, который осуществляется по запросу при бронировании номера или непосредственно на стойке регистрации в период пребывания в отеле. К числу других услуг относятся услуги бесплатного мини-бара, небольшие комплименты в номера или при заезде (фрукты, шоколад, сувенирная продукция, бесплатный ранний заезд, поздний выезд). В честь дня рождения отеля всех сетей предоставляют небольшие подарки для именинников: от открыток с поздравлением от сотрудников отеля до шампанского и фруктов.

Разработка специальных тарифов для молодоженов способствует высокому уровню обслуживания в отеле, так как в сетевых отелях предусмотрена программа «Романтик» для новобрачных. Она подразумевает проживание в отеле, комплементарный завтрак на две персоны, ранний заезд или поздний выезд по запросу, бесплатную фотосессию в интерьере или на территории отеля для молодоженов, пользование спа-центром и всеми дополнительными услугами за определенную стоимость в зависимости от выбранной категории номера. Одной из дополнительных бесплатных услуг в сетевых отелях является экскурсионное обслуживание и билеты в театр в выходные дни и предоставление так называемых апгрейдов –номеров повышенной категории.

В основном, приезжающие – это командированные лица, которые заселяются в отель в связи с решением рабочих вопросов. В большинстве случаев гостям нужны конференц-зал и соответствующее оборудование (компьютер, проектор, писчебумажные принадлежности и т. д.). Сетевые отели представляют своим гостям комфортные условия для проведения бизнес-встреч с коллегами. Отели располагают уютными залами для проведения как малых, так и больших



мероприятий со всеми необходимыми принадлежностями, предоставляют по запросу бизнес-обеды и кофе-брейки.

Сфера гостеприимства постоянно развивается. Каждый день появляются новые запросы на различные услуги. Отели повышают уровень обслуживания и ведут поиск новых форм для своей сети, чтобы удовлетворить желания каждого из клиентов. Новые формы всегда ориентированы не только на новых гостей сети, но и на постоянных клиентов. Каждая сеть при создании новых форм заинтересована в том, чтобы постоянные гости имели бы еще больше привилегий и возможностей.

Подводя итог, можно сказать, что повышение качества обслуживания в гостинице и поддержание его на стабильно высоком уровне является задачей непростой и затратной [3]. Представителям гостиничного бизнеса важно «уловить» тот момент, когда использование мобильных технологий действительно пойдет на пользу всем – как самим отелям, так и, в первую очередь, гостям отеля.

Впечатление об отеле складывается из мелочей. Исходя из программ лояльности сети, лучшими по нововведениям форм обслуживания гостей остаются «Marriott International» и «AccorHotels».

Эффективно и грамотно продуманные новые формы обслуживания выступают как обязательный элемент сферы деятельности сетевых отелей. Гостиничная сеть не должна оставаться в стороне от тех инноваций, которые происходят в индустрии гостеприимства, их эффективное внедрение позволит компании развиваться наименее рискованно.

При внедрении новых форм обслуживания необходимо решить довольно большое количество проблем, связанных с функционированием отелей в условиях неустойчивого и нестабильного рынка. При этом надо учитывать, что большинство сетевых отелей имеют сходный уровень технической оснащенности, используют аналогичные технологии сервиса. Поэтому внедрение новых форм обслуживания является ключевым фактором повышения конкурентоспособности отелей.

Другая проблема развития сетевых отелей заключается в том, что не всегда одновременно происходит внедрение новых стандартов качества обслуживания и следование им.

Важнейшей проблемой введения новых форм обслуживания является финансовая составляющая, так как внедрение нового требует огромных затрат. Эта проблема носит глобальный характер, поскольку необходимо вводить эти новации сразу во всех отелях, зачастую разбросанных по нескольким странам.

Кроме того, при введении новшеств в первую очередь необходимо рассчитывать на свои силы и возможности. Для этой цели нужен



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2019. № 2. ID 165

подготовленный персонал и достаточно большой период времени.

Развитие новых форм обслуживания в сетевых отелях зависит от темпов распространения передовых технологий, которые и создают для этого почву. Вместе с новшествами появляются и новые потребности людей в тех или иных услугах. Задача отельеров и состоит в том, чтобы сделать обслуживание гостей комфортным и достойным.

Список использованных источников

1. Бурняшева Л. А. Сервисная деятельность : учеб. пособие. М. : КноРус, 2016. 432 с.
2. Программы лояльности отелей – 2016 // Туристический бизнес Санкт-Петербурга : сайт регионального информ.-аналитического центра. URL: <http://www.pitert.ru/news/programmy-loyalnosti-otel> (дата обращения: 12.03.2019).
3. Васильева М. Е. Программы поощрения и стимулирования постоянных гостей в средствах размещения. URL: <https://nauchkor.ru/pubs/programmy-pooschreniya-i-stimulirovaniya-postoyannyh-gostey-v-sredstvah-razmescheniya-5b8ed7327966e1073081bdf7> (дата обращения: 12.03.2019).
4. Технологии обслуживания в гостинице. Повышаем лояльность клиентов // Комсомольская правда : сайт ежеднев. газеты. URL: <https://www.kp.ru/guide/obslyuzhivanie-v-gostinitsakh.html> (дата обращения: 11.03.2019).
5. Сервисная деятельность : учеб. пособие / В. А. Фурсов, Н. В. Лазарева, И. В. Калинин, О. А. Кудряшов. Ставрополь : СКФУ, 2015. 148 с.
6. Accor Group // Официальный сайт компании. URL: <https://group.accor.com/en> (дата обращения: 14.03.2019).
7. Accor Group Программа лояльности Le Club Accor Hotels // Сайт сетевой компании. URL: wchains.com/hotels/Accor (дата обращения: 12.03.2019).



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016
Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2019. № 2. ID 165

Kalabkina Irina

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Tourism, National research N. P. Ogarev Mordovia state University, Saransk

Kitsis Vyacheslav

Doctor of geographical sciences, Associate Professor, Department of Tourism, National research N. P. Ogarev Mordovia state University, Saransk

Fomina Tatyana

student, Faculty of Geography, National research N. P. Ogarev Mordovia state University, Saransk

NEW FORMS OF SERVICE AT A NETWORK HOTELS

The article deals with modern forms of guest service in hotels that are part of network of hotels. The high level of competition in the hotel business makes hotels to seek and implement such forms of service that can satisfy the most demanding tastes of guests. New forms of services are associated with the integration of modern information and communication technologies. Despite the high costs of their implementation, it will contribute to the formation of the customer base of the hotel, therefore, to improve competitiveness in the market of hotel services.

Keywords: hotel, network hotels, service form, individual service, self-service, loyalty program, service.

© АНО СНОЛД «Партнёр», 2019

© Калабкина И. М., 2019

© Кицис В. М., 2019

© Фомина Т. С., 2019

Учредитель и издатель журнала:

Автономная некоммерческая организация содействие научно-образовательной и литературной деятельности «Партнёр»
ОГРН 1161300050130 ИНН/КПП 1328012707/132801001

Адрес редакции:

430027, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Ульянова, д.22 Д, пом. 1
тел./факс: (8342) 32-47-56; тел. общ.: +79271931888;
E-mail: redactor@anopartner.ru





ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2019. № 2. ID 165

О журнале

- ✓ Журнал имеет государственную регистрацию СМИ и ему присвоен международный стандартный серийный номер ISSN.
- ✓ Материалы журнала включаются в библиографическую базу данных научных публикаций российских учёных Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).
- ✓ Журнал является официальным изданием. Ссылки на него учитываются так же, как и на печатный труд.
- ✓ Редакция осуществляет рецензирование всех поступающих материалов, соответствующих тематике издания, с целью их экспертной оценки.
- ✓ Журнал выходит на компакт-дисках. Обязательный экземпляр каждого выпуска проходит регистрацию в Научно-техническом центре «Информрегистр».
- ✓ Журнал находится в свободном доступе в сети Интернет по адресу: **www.srjournal.ru**. Пользователи могут бесплатно читать, загружать, копировать, распространять, использовать в образовательном процессе все статьи.

Прием заявок на публикацию статей и текстов статей, оплата статей осуществляется через функционал Личного кабинета сайта издательства "Партнёр" (www.anopartner.ru) и не требует посещения офиса.