

Туризм. Краеведение

УДК 338.484.2

Абакумова Ирина Валентиновна

Амурский государственный университет

г. Благовещенск, Россия

abak_irina@mail.ru

IrinaV.Abakumova

Amur State University

Blagoveshchensk, Russia

abak_irina@mail.ru

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ ИЗ КНР

ASSESSMENT OF THE QUALITY OF HOTEL SERVICE FOR TOURISTS FROM CHINA

Аннотация. В статье рассмотрен метод «SERVQUAL» исследований качества гостиничного обслуживания туристов из КНР, который позволил выявить ожидания китайских гостей и слабые стороны работы гостиницы. Для дальнейшего повышения качества обслуживания в гостинице необходимо учитывать специфику и потребности потенциального китайского путешественника – потребителя туристических услуг, адаптировать гостиничные услуги под нужды китайских туристов.

Abstract. The article describes the method "SERVQUAL" to study the quality of hotel services for tourists from China, which allowed to identify the expectations of Chinese guests and weaknesses of the hotel. To further improve the quality of service in the hotel, it is necessary to take into account the specifics and needs of a potential Chinese traveler – a consumer of tourist services, to adapt hotel services to the needs of Chinese tourists.

Ключевые слова: гостиничное обслуживание, туристы из КНР, метод «SERVQUAL», коэффициент качества, уровень ожидания, уровень удовлетворенности

Key words: hotel services, tourists from China, the method of "SERVQUAL", quality factor, level of expectation, level of satisfaction

DOI: 10.22250/20730268_2022_96_90

Благодаря пограничному расположению города Благовещенска туристическая отрасль играет важную роль в его экономическом развитии. После снятия всех ограничительных мер, связанных с пандемией коронавируса, ожидается восстановление туристического потока из приграничного Китая. Построенный мост через Амур и будущая канатная дорога свяжут пограничные города удобным сообщением.

Учитывая предыдущий опыт, необходимо использовать огромный потенциал туристического рынка Китая и формировать у китайских туристов положительное впечатление о России. На будущее увеличение числа туристов из КНР будут оказывать влияние следующие факторы: возрастающие доходы китайских граждан, которые могут позволить себе путешествовать; невысокий курс рубля; упрощенная схема оформления въездных документов для безвизовых групповых туристических поездок, которая обеспечивается заключенным соглашением между правительствами РФ и КНР.

Туристическая индустрия связана с активным развитием рынка гостиничных услуг. Чтобы китайские гости чувствовали себя в российских гостиницах также комфортно, как и в родной стране,

туристической ассоциацией «Мир без границ» разработана программа добровольной аттестации средств размещения China Friendly Hotels, учитывающая национальные особенности туристов из Поднебесной и различия российского и китайского быта [1].

Многие гостиницы города, в прошлом ориентированные на китайских туристов, учитывая рекомендации программы China Friendly Hotels, внесли изменения в стандарты обслуживания гостей из КНР. Во-первых, изменилось меню завтраков в кафе, оно включает как привычные для туристов из КНР продукты (рис, сосиски, яичница), так и нетрадиционные, но полюбившиеся гостям русские блюда (блины, молочные каши). Для более комфортного пребывания китайских туристов в ресторанах и кафе меню русской кухни было переведено на китайский язык. Во-вторых, в комплектацию номеров гостиницы были внесены следующие изменения: их оборудовали электрочайниками; в каждом номере появились тапочки; вещание телеканалов настроили на китайский язык; при поселении в гостинице гостям выдаются адаптеры для розетки. Номера оборудованы табличками на китайском языке о запрете курения и предупреждении об отсутствии слива на полу ванной комнаты.

Чтобы сделать проживание в гостинице еще более удобным и привлекательным для туристов из Поднебесной, необходимо внимательно изучать потребности китайских гостей и улучшать качество гостиничного обслуживания. Для изучения поведения и потребностей клиентов существуют специальные методики, которые можно применять и в гостиничном бизнесе.

В данной работе для исследования качества гостиничного обслуживания туристов из КНР выбран метод «SERVQUAL»[2]. Он основан на предположении, что качество услуги – это результат сравнения гостем своих ожиданий с оказанной услугой.

Сводная таблица результатов, полученных по методу «SERVQUAL»

№	Факторы	Обозначение	Среднее арифметическое важности фактора, O_{cp}	Среднее арифметическое удовлетворенности фактором, $У_{cp}$	Коэффициент качества, K	Коэффициенты весомости факторов, γ
1	Адаптированное меню кафе	X_1	4,15	4,28	0,13	0,1
2	Владение сотрудниками китайским языком	X_2	3,85	3,91	0,06	0,17
3	Информационные указатели и материалы на китайском языке	X_3	4,17	3,96	-0,2	0,09
4	Наличие места для занятий спортом	X_4	3,93	2,76	-1,17	0,04
5	Розетки (адаптеры) принятого в КНР стандарта	X_5	4,54	4,78	0,24	0,05
6	Свободный доступ к горячей кипяченой воде	X_6	4,19	4,31	0,13	0,04
7	Возможность расплачиваться банковскими картами и/или банкомат, принимающий карты ChinaUnionPay	X_7	4,02	1,11	-2,91	0,05
8	Возможность бронирования номеров через Интернет в КНР, в том числе с помощью смартфона	X_8	3,31	1,28	-2,04	0,03
9	Бесплатная сеть Wi-Fi	X_9	4,67	4,91	0,24	0,16
10	Наличие корреспонденции и телевидения на китайском языке	X_{10}	4,09	4,43	0,33	0,04
11	Готовность сотрудников оказать помощь, проявлять терпимость, дружелюбие	X_{11}	3,22	1,00	-2,22	0,04
12	Предоставление дополнительных экскурсионных услуг	X_{12}	4,46	4,31	-0,15	0,17

Рассчитано автором.

Для проведения исследования был составлен список факторов, влияющих на удовлетворенность гостиничным обслуживанием туристов из КНР, для чего осуществлен анализ национальных особенностей гостей, а также опыт привлечения туристов из Поднебесной. В результате экспертной оценки выделено 12 факторов, для которых рассчитаны коэффициенты весомости γ , приведенные в таблице и представленные в виде диаграммы рангов на рис. 1.

Анализируя диаграмму рангов (рис. 1), можно сделать вывод, что наиболее значимыми факторами при обслуживании гостей из КНР являются: X_2 – владение сотрудниками гостиницы китайским языком; X_9 – наличие в гостинице бесплатной сети Wi-Fi; X_{12} – предоставление дополнительных экскурсионных услуг. Для китайских туристов немаловажное значение имеют также факторы: X_1 – адаптированное меню кафе, X_3 – наличие в гостинице информационных указателей и материалов на китайском языке.

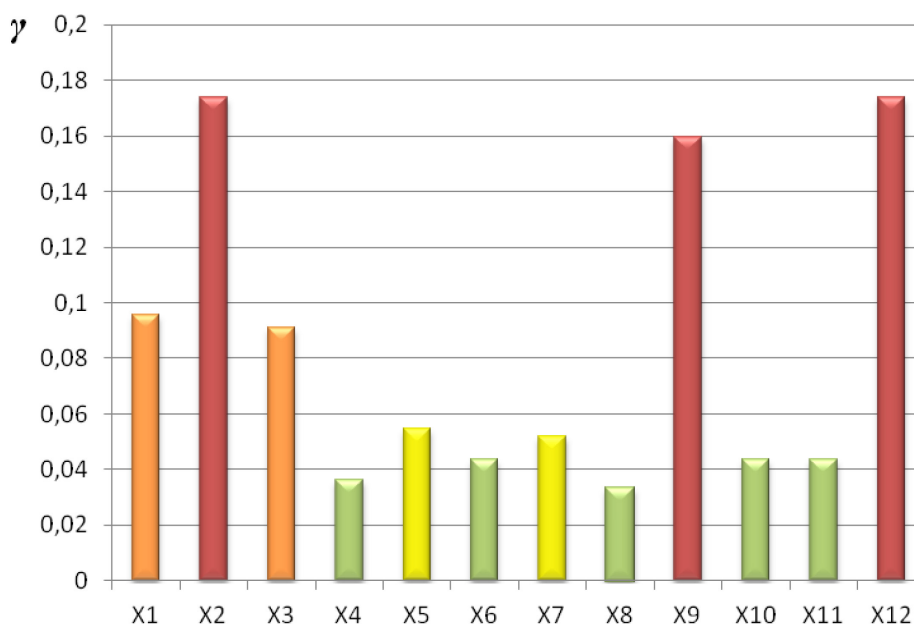


Рис. 1. Диаграмма рангов факторов, влияющих на удовлетворенность гостиничным обслуживанием туристов из КНР.

С целью опроса китайских туристов была составлена анкета на китайском языке, в результате обработки которой рассчитаны средняя оценка ожидания O_{cp} и средний коэффициент удовлетворенности U_{cp} по каждому фактору (см. табл.). Полученные средние оценки позволили рассчитать коэффициент качества K , который показывает удовлетворенность гостей относительно их ожиданий. Данный критерий позволяет проверить, соответствует ли качество гостиничного обслуживания ожиданиям китайских туристов (рис. 2).

Нулевые значения критерия качества показывают, что уровни ожидания и восприятия обслуживания в гостинице совпадают, т.е. ожидания китайских гостей подтверждаются; данный показатель характерен для фактора X_2 – владение сотрудниками китайским языком.

Отрицательные и положительные значения коэффициентов качества указывают на то, что уровни ожидания и восприятия обслуживания в гостинице не совпадают. Отрицательные значения критерия свидетельствуют, что уровень ожидания китайских туристов превышает уровень восприятия данной услуги, т.е. имеет место низкое качество услуги по данному фактору.

Наибольшие отрицательные коэффициенты качества имеют факторы: X_7 – возможность расплачиваться банковскими картами и/или через банкомат, принимающий карты China Union Pay; X_8 – возможность бронирования номеров через Интернет в КНР, в том числе с помощью смартфона; X_{11} –

готовность сотрудников оказать помощь, проявлять терпимость, дружелюбие; X_4 – наличие места для занятий спортом.

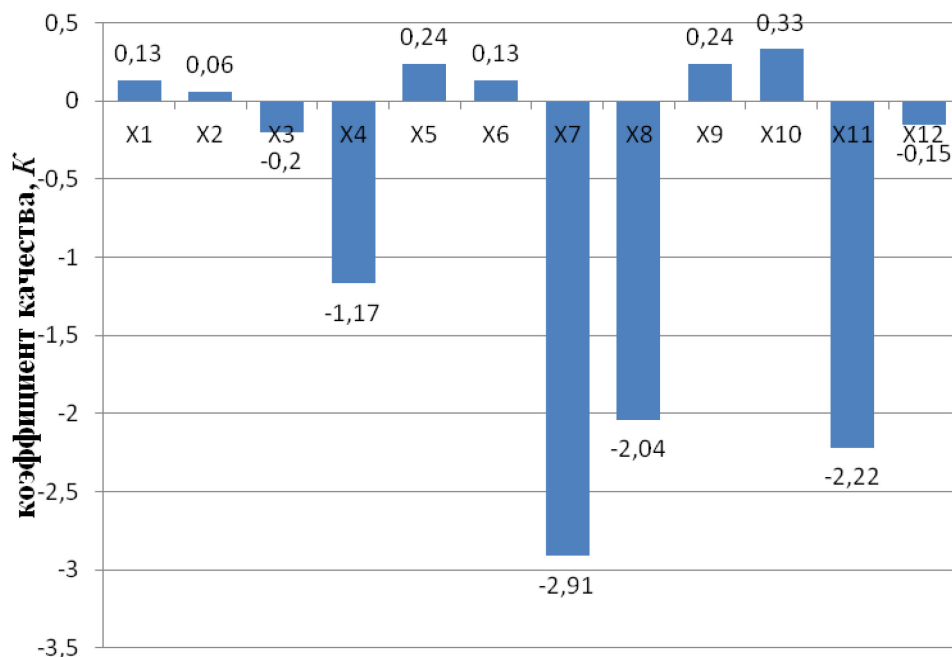


Рис. 2. Оценка качества обслуживания туристов из КНР.

Если значения коэффициента качества являются положительными, то это означает высокое качество услуги по данному фактору. Положительное значение коэффициента качества имеют факторы: X_{10} – наличие корреспонденции и телевидения на китайском языке; X_5 – наличие розеток (адаптеров) принятого в КНР стандарта; X_9 – наличие в гостинице бесплатной сети Wi-Fi. Таким образом, чем меньше отрицательных значений коэффициентов, тем выше качество обслуживания в гостинице.

Проведенный по методике «SERVQUAL» анализ позволяет сделать вывод, что в гостиницах города проведена определенная работа для более комфортного пребывания китайских туристов, но существует еще достаточное число факторов, по которым наблюдается неудовлетворенность гостей из КНР услугами гостиниц. Для дальнейшего совершенствования обслуживания китайских туристов необходимо учитывать специфику и потребности потенциального китайского путешественника – потребителя туристических услуг, адаптировать гостиничные услуги под нужды китайских туристов.

1. Золотарева, Ю.В. Китайские туристы – репрезентативный сегмент на рынке гостеприимства //Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016.–№ 12-6. – С. 1132-1135.

2. Дурович, А.П. Маркетинговые исследования в туризме. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008. – С. 330-333.