

Рубрика: Качество услуг и технологий в индустрии гостеприимства;
УДК: 379.832

Использование систем бронирования как метод саморегулирования уровня качества в гостиничном предприятии (на примере ООО «ГОК «Гавань»»)

Евсюков Максим Владиславович,
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия. Владивосток*

E-mail: max_evsyukov@mail.ru, тел. +79089888121
ул. Гоголя, 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

Гомилевская Галина Александровна,
Кандидат экономических наук, доцент, директор института, Международный институт туризма и гостеприимства
E-mail: Galina.Gomilevskaya1@vvsu.ru

В статье представлено исследование влияния использования систем онлайн-бронирования как одного из методов регулирования уровня качества предоставляемых услуг на гостиничном предприятии, изучена структура систем бронирования, взаимодействие в цепочке гость–СОБ–гостиничное предприятие.

Ключевые слова: отель, гостиница, система бронирования, гость, хаб, интересы, бронирование.

Using reservation systems as a method of self-regulation of the quality level in a hotel company (on the example of LLC "GOK" Gavan "")

The article presents a study of the impact of the use of online booking systems as one of the methods for regulating the quality level of services provided by a hotel company, the structure of booking systems, the interaction in the guest – online reservation system – hotel chain is studied.

Keywords: hotel, booking system, guest, hub, interests, booking.

Современный гостиничный рынок обладает чрезмерной конкуренцией, из-за наличия огромного числа активных предприятий размещения, использующих разнообразные инструменты и способы ведения деятельности в различных сферах гостиничного дела.

Для того, чтобы сохранить непрерывный поток гостей в гостиницу предприятия прибегают к различным методам продаж и реализации услуг.

Существует 3 основных способа получения гостей, реализации продаж: туристская фирма, индивидуальное бронирование через телефон/почту, система онлайн-бронирования.

Продажа номерного фонда через туристскую фирму позволяет обеспечить высокую, или полную загрузку в сезонные периоды, или минимальную в несезонный. К примеру, в «ГОК «Гавань»» групповые бронирования от туристских фирм загружают номерной фонд в период с апреля до октября на 65-90%. Так как перечень услуг, предоставляемых групповым туристам

регламентирован заключенным между предприятием размещения и турфирмой договором, то и качество предоставляемых услуг распределяется между туристами в равной доле.

Индивидуальные бронирования по телефону или почте позволяют КСР повысить коэффициент загрузки в любой период, независимо от сезонности. Бронирование по телефону удобно для тех гостей, кто желает воспользоваться услугами гостиничного предприятия по установленным и стабильным тарифным планам, либо предприятие может предложить регулируемый индивидуальный тариф, по усмотрению персонала. Для гостиницы бронирования такого вида несут потенциальные потери, в связи с тем, что в случае незаезда гостя – предприятие не сможет возместить убытки посредством штрафных санкций. В отношении гостей такие бронирования неудобны отсутствием защиты от некачественного обслуживания, так как не подкреплены интересами сторонних компаний-партнеров гостиничного предприятия.

Современные системы онлайн-бронирования предприятий коллективного размещения представляют собой комплекс интернет-ресурсов, содержащий в себе кластер потребителей услуг (гостей) и кластер исполнителей (КСР).

В связи с тем, что системы бронирования совмещают на единой площадке взаимодействие гостей и предприятий, то актуальность темы исследования заключается в идентификации возможности использования систем бронирования для обеспечения уровня качества предоставляемых услуг на допустимом уровне. [1]

Цель исследования – на примере гостиничного предприятия представить возможности использования системы бронирования как регулятора и стимулятора качества обслуживания.

Методологической основой исследования являются анализ, наблюдение.

Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» от 9 октября 2015 г. № 1085 определяет бронирование как предварительный заказ мест и (или) номеров в гостинице заказчиком (потребителем) [1]. Таким образом, за гражданином «закрепляется» гостиничный номер на определенный период времени и обеспечивается гарантированность предоставления номера (места в номере) гостиницы посредством заключения договора на оказание гостиничных услуг. Тем самым бронь порождает гражданско-правовое отношение.

Пункт 14 Правил предоставления гостиничных услуг устанавливает, что при бронировании номера (либо места в номере гостиницы) потребитель (заказчик) подает заявку посредством почтовой, телефонной и иной связи, позволяющей достоверно установить, что заявка исходит от потребителя или заказчика [2].

Отношения по поводу бронирования, на первый взгляд, имеют определенное сходство с отношениями, вытекающими из предварительного договора. Этот вывод следует из того, что, как и по предварительному договору, участники гражданского оборота в добровольном порядке принимают на себя обязательства в последующем заключить договор на оказание возмездных гостиничных услуг в срок, указанный в брони. Согласно ст. 429 ГК РФ предварительный договор имеет значение правообразующего факта, способствует упрочению договорных связей и означает принятие сторонами обязанности заключить в будущем основной договор, направленный на достижение конкретного экономического результата [3]. Предварительный договор как юридический факт порождает только один вид обязательства – обязательство сторон заключить основной договор на согласованных условиях. Его содержание представляет своего рода гарантию стабильности отношений между действующими на рынке субъектами. Такой договор способствует укреплению договорных связей, жестко привязан к основному договору, направлен на достижение конкретного результата, призван определить существенные условия будущего основного договора и содержит четкие указания о сроке его заключения.

Структуру систем бронирования можно рассматривать как хаб, в котором сходятся интересы различных лиц, как физических, так и юридических, и на котором заключаются и реализуются договоры между участниками бизнес-процессов, пример на рисунке 1.

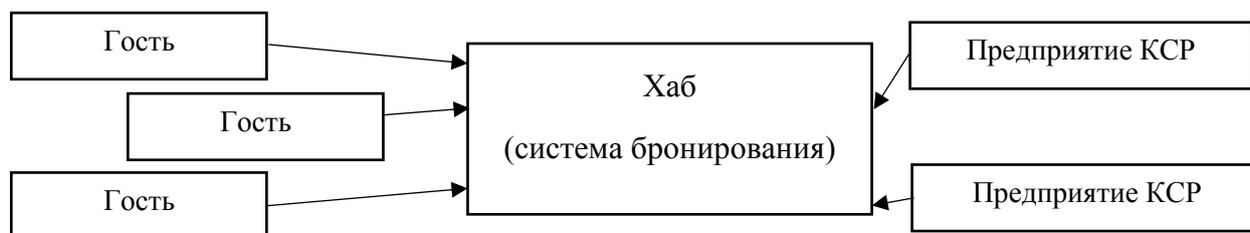


Рис. 1. Структура систем бронирования

В свою очередь, системы бронирования обеспечивают защиту прав и интересов сторон на основании заключенных ранее соглашениями.

Для гостей, системы бронирования предоставляют возможность получение постоянного уровня качества услуг, благодаря наличию рейтинговых показателей и обеспечение обратной связи не только с гостиницей, но и другими потенциальными гостями (написание отзыва постфактум проживания). [4]

Гостиницам и другим средствам размещения системы бронирования обеспечивают возмещение убытков в случае несоблюдения гостем правил отмены и незаезда.

Казалось бы – системы бронирования лишь связующее звено между гостем и гостиницей, форма реализации услуг предприятия на гостиничном рынке. Но, наличие комплекса оценки качества предоставляемых услуг, охват аудитории и количество предприятий-конкурентов приводят к тому, что гостиница может использовать системы бронирования для регулирования процесса и качества обслуживания гостей.

Сегодня на рынке гостиничных услуг представлено множество систем бронирования, отличающихся друг от друга свойствами, функциями и возможностями как для гостей, так и для гостиничных предприятий.

В таблице 1 [5-7] указаны основные характеристики некоторых представителей систем онлайн бронирования, в сравнении друг с другом.

Таблица 1

Характеристики электронных систем бронирования

Название	Booking.com	Expedia	Hotel Reservation Service	Островок
Дата основания, г.	1996	1996	1972	2010
Распространение	Мир	Мир	Мир	Мир
Ключевые регионы обслуживания	Мир	Северная Америка, Азия, Европа	Мир	Россия и СНГ, Мир
Доля рынка, %	~40	~25	~8	~5
Доля российского рынка, %	70	10	3	4
Количество предприятий-партнеров, шт.	30000000	3000000	850000	500000
Исходная валюта	Доллар США, региональная валюта	Доллар США	Доллар США	Рубль, доллар США
Ежедневный оборот туристов, до кризиса 2020 года	30000000	6000000	650000	400000

Booking.com, в сравнении с конкурентами среди систем бронирования отелей является флагманом и доминантной компанией. Поэтому Booking можно рассматривать как ключевую фигуру в вопросе воздействия систем бронирования на качество услуг гостиничного предприятия.

Системы бронирования используют схожие методы оценки качества услуг предприятия, но в каждой системе бронирования реализация методов немного различны.

К примеру, онлайн-система бронирования Booking.com использует 10-ти бальную систему оценки предоставляемых услуг, а Expedia – 5-ти бальную [6]. Но, принцип оценки

заключается в использовании большого числа детализированных отзывов проживших гостей по основным категориям предоставленных услуг: персонал, удобства номера, состояние убранства гостиницы, удобство расположения и общая удовлетворенность гостя проживанием.

Рейтинг гостиницы в системах бронирования оказывает непосредственное влияние на формирование мнения потенциальных потребителей, а также на частоту предложений услуг гостиницы системой бронирования потенциальным гостям, при поиске предприятий размещения, что повышает шансы использования услуг. «ГОК «Гавань»» в период с октября 2019 года по апрель 2020 года обладает статусом «Хорошо» и итоговый бал колеблется от 7,6 до 7,9, при использовании Booking.com, а коэффициент положительных отзывов составляет 67% [8].

При оценке релевантности гостиницы учитывается также и частота ответов сотрудниками службы приема и размещения на вопросы гостей о предоставляемых услугах, через экстранет системы бронирования. Здесь правило оценки простое – чем выше скорость ответов, тем лучше оценку приобретает предприятие размещения.

Любое гостиничное предприятие стремится поддерживать собственную оценку предоставляемых услуг на допустимом уровне и повышать ее соответственно. Первоочередная задача каждого предприятия – повышение качества обслуживания на протяжении всего цикла проживания гостей.

На примере «ГОК «Гавань»» рассмотрим несколько действий, целью которых было повышение качества обслуживания гостей.

С момента полного включения систем онлайн-бронирования как метода продаж услуг гостиницы, в 2011 году [9], производится непрерывный мониторинг-прием заявок о бронировании номеров. Для этого используется электронная почта, куда поступает уведомление от системы бронирования о создании новой брони, а также экстранет системы бронирования для оперативного внесения бронирования во внутреннее программное обеспечение гостиницы и подготовки необходимой документации для заселения гостя.

Для поддержания релевантности отеля в системах бронирования также используется непрерывный мониторинг вопросов, исходящих от гостей. В период с начала 2020 года «ГОК «Гавань»» обладает 100% частотой ответов на входящие сообщения, поэтому гостиница чаще оказывается в первой десятке предложений гостиничных предприятий в системах бронирования.

Итого, применяемые методы приводят к сокращению времени, затрачиваемого для подготовки документальной базы для заселения гостя, и позволяет решить некоторые вопросы о предоставлении услуг до заселения гостя и оградить его от бесполезного ожидания, что немного повышает качество обслуживания.

На владивостокском гостиничном рынке, электронные системы бронирования представлены широко и имеют большое число средств размещения в своих базах, что позволяет гостям выбрать наиболее подходящие условия проживания, а предприятиям – обеспечить заполнение номерного фонда.

Booking.com занимает лидирующую позицию на рынке гостиничных услуг Владивостока, на портале системы бронирования пользователь может воспользоваться услугами 300 средств размещения, на рисунке 2 представлен сравнительный график количества доступных предприятий в системах бронирования.

Система бронирования «Островок» по количественному показателю предприятий-партнеров на рынке Владивостока отстает от Booking совсем немного, относительно остальных представителей, указанных на рисунке 2, но частота запросов о бронировании стремится очень низкая. К примеру, в отеле «Гавань» за 1 квартал 2020 года не произошло ни одного бронирования через «Островок».

Малое число работающих предприятий с системами бронирования Expedia и HRS основывается на особой денежной политике ЭСБ и методами взаиморасчетов между системой бронирования и КСР.

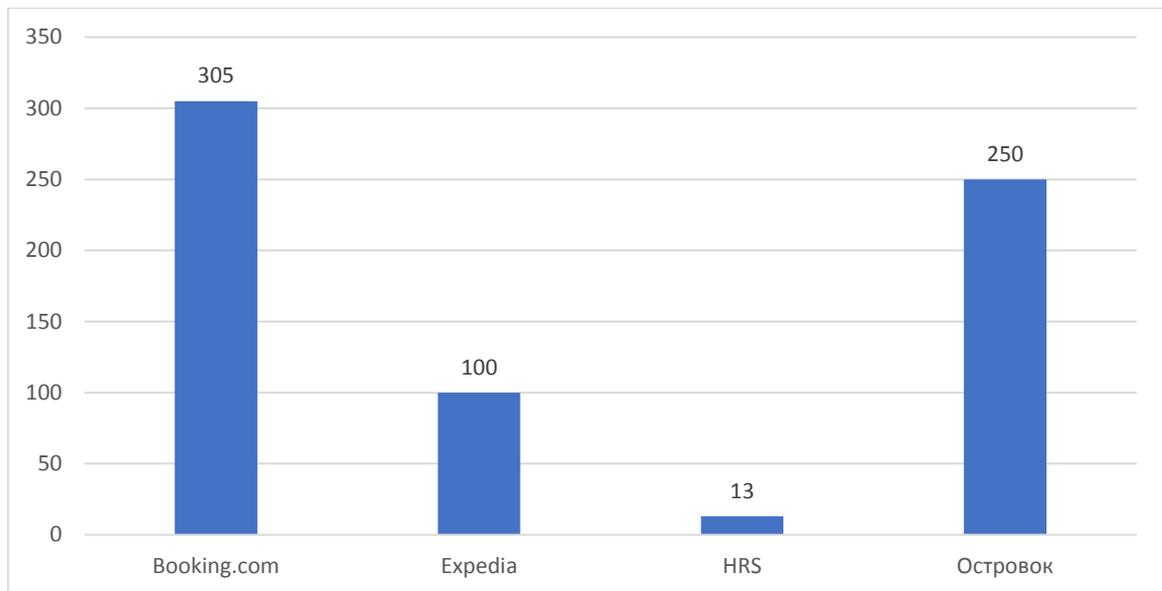


Рис. 2. Количество КСР в системах бронирования на рынке Владивостока

Системы бронирования, при уведомлении о новом бронировании предоставляют основную информацию о госте: ФИО, гражданство, дата рождения, а также телефонный номер и электронную почту. Предоставляемая информация позволяет сотрудникам СПиР обеспечить наилучший подход к обслуживанию гостя, а контактные данные обеспечивают налаживание связи между предприятием и гостем. В «ГОК «Гавань»» сотрудники СПиР связываются с гостем для уточнения конкретного, или приблизительного времени заезда для скорейшей подготовки номера к приезду заселяющегося. При наличии свободных номеров, для гостей, использующих системы бронирования предоставляется бесплатное улучшение категории номера, чтобы обеспечить лучшую удовлетворенность гостя.

С целью повышения интереса иностранных гостей к услугам отеля, сегодня в «Гавани» для заселяющихся от системы онлайн-бронирования Expedia предоставляются present-gifts, состоящие из: бумажного кораблика, плитки шоколада, оформленного в стилистике отеля и скидочного купона на посещение Музея Арсеньева. Такой небольшой шаг позволил в период с октября 2019 года по март 2020 года повысить итоговую оценку удовлетворенности гостей от Expedia до 3,6 баллов из 5.

Сегодня, для обеспечения качественного обслуживания, «ГОК «Гавань»» перешла на пост оплату проживания для гостей, воспользовавшихся системой бронирования. Теперь гости от Booking.com, Expedia, Академсервис вносят предоплату за проживание системе бронирования, а по выезду гостя, система бронирования позволяет гостинице снять полную стоимость проживания со специального счета. Поэтому на предприятии «ГОК «Гавань»» ведется строгий контроль обслуживания гостей, обеспечивающийся неразрывным взаимодействием отделов и подразделений гостиницы.

Отель «Гавань» прибегает к использованию и предоставлению дополнительных услуг для улучшения качества обслуживания гостей. К примеру, внедрено бесплатное пользование бассейна и тренажерного зала в спортивном комплексе группы компаний «Гавань». Эта мера приводит к появлению большого числа отзывов с максимальными оценками от гостей, которые благодарят гостиницу за оздоровительные услуги, а это приводит к повышению рейтинга предприятия.

Так как сегодня число гостей, использующих системы онлайн-бронирования растет и уже превышает число индивидуальных бронирований, не использующих СОБ, то и поддерживаемое качество обслуживания в «ГОК «Гавань»» остается на высоком уровне и распространяется на всех гостей отеля.

В результате исследования выявлено, что в период с 2019 по 2020 года число гостей, использующих системы онлайн-бронирования возросло на 18%, а доля положительных

отзывов возросла с 55% до 67%, вызвав итоговое повышение рейтинга отеля на площадке Booking.com до 7,9 балла, а на площадке Expedia – до 3,6/5 [10], что позволяет утверждать, что использование обратной связи в системах бронирования с гостями отеля привело к повышению качества предоставляемых услуг гостиничным предприятием.

Таблица 2

Сравнение показателей обслуживания гостей от систем бронирования

Сравнение показателей обслуживания		
Название	2019 год	2020 год (с января по апрель)
Общий коэффициент загрузки номерного фонда, %	50.1	22
Коэффициент гостей от систем бронирования, %	13	57
Количество положительных отзывов, %	55	67
Частота ответов, %	75	100
Итоговая оценка предприятия (по Booking.com)	7,4	7,9

Подводя итог, так как системы онлайн-бронирования являются стимулом для улучшения качества предоставляемых услуг, то и как метод саморегулирования уровня обслуживания на предприятии они могут выступать. Если будет получен негативный отзыв, то будет произведена профилактическая работа с сотрудниками и подразделениями предприятия, направленная на недопущение схожих прецедентов в будущем. Поэтому, можно утверждать, что использование систем бронирования для регуляции качества обслуживания на предприятии целесообразно.

1. Молчанова В.С. Продвижение туристических услуг при помощи использования системы онлайн-бронирования / Молчанова В.С. // Геология, география и глобальная энергия. – 2015. – №1. – С 199-201.
2. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 (ред. от 18.07.2019) "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации" [Электронный ресурс] Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/>
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) [Электронный ресурс] Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/>
4. Эйделман Б. М. Багаутдинова Р.Ф. Совершенствование услуг бронирования как одно из важнейших направлений развития гостиничного хозяйства в современных условиях / Багаутдинова Р.Ф. // Экологический консалтинг. – 2016. – №4. – С 23.
5. О компании [Электронный ресурс] Hotel Reservation Service. – Режим доступа: <https://www.hrs.com>
6. Группа компаний Expedia [Электронный ресурс] Expedia Travel. – Режим доступа: <https://www.expedia.com/>
7. База знаний [Электронный ресурс] Островок. – Режим доступа: <https://ostrovok.ru>
8. О возможностях системы бронирования Booking [Электронный ресурс] Booking.com. – Режим доступа: <https://www.booking.com/>
9. Отель «Гавань» [Электронный ресурс] Booking.com. – Режим доступа: <https://www.booking.com/>
10. Статистика. Отчет за период. Отель «Гавань» [Электронный ресурс] Epitome PMS. – Режим доступа: <https://www.librahospitality.com/>