

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УСЛУГ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ОСНОВЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЯ «HAMPTON BY HILTON BREST»

Введение. Гостиничный бизнес подразумевает наличие значительного объема работы по учету, контролю и статистической обработке информации. В любой гостинице имеется своя система управления, крупные комплексы используют обычно такие системы, как Fidelio, INHOVA, IR Timelox и т.п. Мобильный контент, дающий большие возможности для новой интернет-среды, может стать новым ключом к маркетингу отеля и является проверенным способом, чтобы повысить загрузку и привлекательность отеля. Популярность таких место ориентированных мобильных приложений и веб-сайтов растет как среди рекламодателей, так и среди пользователей. Внедрение современных информационных технологий в отеле «Hampton by Hilton Brest» должно обеспечивать выполнения ряда требований, в том числе наличие удобного и дружелюбного интерфейса, обеспечение безопасности с помощью различных методов контроля и разграничения доступа к информационным ресурсам, поддержку распределенной обработки информации, использование архитектуры клиент сервер, модульный принцип построения систем, поддержку технологий Интернета и т.д.

Основная часть. Для оценки качества предлагаемых услуг отелем «Hampton by Hilton Brest» обратимся к реальным отзывам клиентов гостиницы, которые помогут сформировать представление об опыте других клиентов, что снижает риск разочарования и экономит время и деньги.

Благодаря системе отзывов Yandex Travel, которая собирает все отзывы и оценки в системе и делает общий подсчет, мы видим фантастический результат в 5/5 звезд (максимальная оценка) из 3979 оценок (рисунок 1).

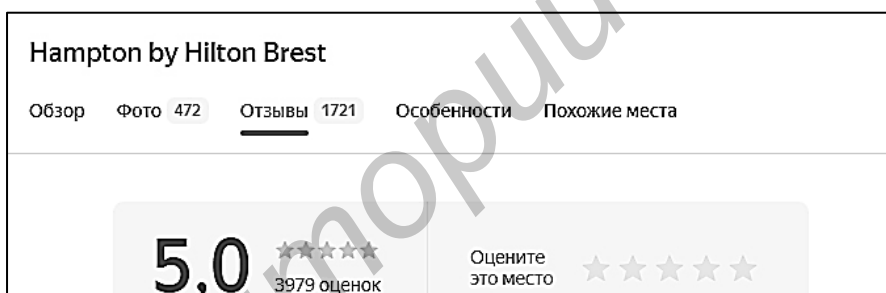


Рисунок 1 — Оценка гостиницы «Hampton by Hilton Brest» по системе YandexTravel (сентябрь 2024 г.)

Примечание — Источник: информационная страница [1].

Такая высокая оценка свидетельствует о высоком уровне удовлетворенности клиентов. Данный рейтинг не только подтверждает качество предоставляемых услуг, но и создает доверие у потенциальных клиентов. Для сравнения с прямым конкурентом гостиницы «Беларусь» г. Бреста, его средняя оценка составляет 4.3/5 звезд из 488 отзывов, что значительно уступает по показателям отелю «Hampton by Hilton Brest» [2].

Система отзывов Yandex Travel позволяет пользователям делиться своим опытом, что в свою очередь, способствует улучшению сервиса. Каждый отзыв становится ценным источником информации для гостиничного бизнеса, позволяя выявлять сильные и слабые стороны отелей и ресторанов. Анализ отзывов помогает менеджерам принимать обоснованные решения по улучшению качества обслуживания, обновлению интерьеров, изменению меню и внедрению новых услуг.

Кроме того, отзывы могут служить индикатором трендов и предпочтений клиентов. Например, если множество гостей отмечают необходимость улучшения чистоты или качества питания, это сигнал для управления о том, на что следует обратить внимание в первую очередь.

С помощью информационной системы Yandex Travel рассмотрим более подробно, какие категории услуг имеют высокое качество стандарта обслуживания, а какие стоит улучшить, согласно отзывам клиентов. В системе представлена общая оценка удовлетворённости от 1 % до 100 % по категориям услуг на основе реальных отзывов (1721 отзыв на сентябрь 2024 г.) клиентов отеля:

1. Категории «Еда», «Завтраки» и «Шведский стол» имеют более 90 % положительных оценок в общей сумме из 1860 отзывов, что говорит о высоком качестве предлагаемой пищи для большинства клиентов, которые остались довольны вкусом, свежестью и разнообразием блюд.

2. Категории «Номера» и «Кровать» имеют более 80 % положительных оценок в общей сумме из 988 отзывов, что сказывается об удовлетворительном впечатлении клиентов о состоянии номеров и общем комфорте. Высокий процент положительных отзывов о кроватях указывает на то, что они удобные и способствуют хорошему сну.

3. Категория «Персонал» имеет более 93 % положительных оценок из 596 отзывов, что свидетельствует о высоком уровне профессионализма и вежливости персонала, а также о том, что гости чувствуют себя комфортно и удовлетворённо во время своего пребывания.

4. Категория «Чистота» имеет более 96 % положительных оценок из 551 отзывов. Такой высокий процент положительных оценок свидетельствует о том, что гостиница уделяет значительное внимание поддержанию чистоты и порядка, что, в свою очередь, может способствовать повышению лояльности клиентов и их желанию рекомендовать заведение другим.

Хотя не обойдётся и без «ложки дёгтя» для категории «Удобства в номере», которая имеет всего 48 % положительных оценок из 338 отзывов — это самый низкий показатель среди всех категорий. Такой низкий показатель обусловлен тем, что гости не совсем довольны отсутствием мини холодильника в номере, одноразовых тапочек и халата. Также они отмечают, что зубные наборы платные и питьевые бутылки бесплатно выдают только 2 шт., остальное отдельно за плату.

Для того, чтобы гости оставались довольны удобствами в номерах, руководству отеля стоит тщательно разобрать пожелания гостей и пересмотреть свой подход к таким деталям:

- мини-холодильники: рассмотреть возможность установки мини-холодильников во все номера. Это может значительно повысить комфорт проживания;
- предоставление тапочек и халатов: ввести в стандартное оснащение номеров одноразовые тапочки и халаты. Это создаст более уютную атмосферу;
- зубные наборы: сделать зубные наборы бесплатными или включить их в стоимость номера. Это повысит уровень сервиса и удовлетворенности;
- питьевая вода: увеличить количество бесплатных бутылок с водой в номере. Например, можно предоставить по 2 бутылки на человека или предложить возможность пополнения запаса воды по запросу.

Исходя из отзывов о гостиничных услугах, предоставляемых отелем «Hampton by Hilton Brest» и его прямому конкуренту гостинице «Беларусь», можно сделать вывод о общей степени удовлетворенности гостей, показанных на рисунке 2.



Рисунок 2 — Общая оценка удовлетворённости по категориям услуг отеля «Hampton by Hilton Brest» и его прямого конкурента гостиницы «Беларусь» за сентябрь 2024 г.

Примечание — Источник: собственная разработка на основании данных Яндекс Travel.

Заключение. Подводя итоги по оценкам и отзывам, можно утверждать, что отель «Hampton by Hilton Brest» показывает высокие результаты стандарта качественного обслуживания гостей и занимает лидирующее место в г. Бресте, особенно положительно отмечаются качество еды, чистота, а также профессионализм персонала, что создает положительное впечатление о гостинице в целом.

Для дальнейшего повышения репутации и привлечения новых клиентов, отелю «Hampton by Hilton Brest» стоит сосредоточиться на улучшении удобств в номерах, сохраняя при этом высокие стандарты в других категориях. Комплексный подход к улучшению удобств в номерах может значительно повысить уровень удовлетворенности гостей. Важно не только внедрять новые услуги, но и следить за качеством обслуживания и поддерживать обратную связь с клиентами. Это создаст атмосферу заботы и внимания к каждому гостю, что, в свою очередь, будет способствовать формированию положительного имиджа отеля и увеличению числа повторных визитов.

Список цитируемых источников

1. Информационная страница [Электронный ресурс] — URL: https://yandex.by/maps/org/hampton_by_hilton_brest/219845355727/reviews/?ll=23.708032%2C52.074395&tab=reviews&z=17.28 (дата обращения: 11.09.2024 г).
2. Информационная страница [Электронный ресурс] — URL: <https://travel.yandex.ru/hotels/brest-by/gostinitsa-belarus/> (дата обращения: 11.09.2024 г).

УДК 339.138

Т. И. Эскандер

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

*Научный руководитель
Р. А. Лизакова*

ПОИСК КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НА РЫНКЕ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Введение. Признаком эффективного управления стратегическим развитием предприятий пищевой промышленности считается его конкурентное преимущество на рынке. Обеспечить гарантию стабильного конкурентного преимущества и стабильности предприятий в долгосрочной перспективе возможно лишь путем создания конкурентного преимущества. В то же время формирование и осуществление стабильного конкурентного преимущества допустимо только по результатам разработанной конкурентной среды предприятия [1]. Главная продукция хлебобулочных предприятий — хлеб и хлебобулочные изделия различных видов и сортов — необходимый продукт повседневного потребления миллионов людей. Продукция хлебобулочных предприятий как конкурентоспособный продукт имеет определенные свойства и характеристики, которые оказывают большое влияние на характер конкуренции рынка этой продукции.

Достичь конкурентных преимуществ в особенности сложно на наполненных рынках, где спрос достигается большим количеством производителей.

Основная часть. Внешние конкурентные преимущества основываются на характеристиках товара или услуги, выгодно отличающих их от аналогов, производимых другими фирмами, и увеличивающих потребительскую ценность продукта для покупателя. Если компания ориентируется на внешние конкурентные преимущества, то ей необходимо обнаруживать и удовлетворять актуальные, но до сих пор никем из конкурентов не удовлетворённые потребности целевой аудитории.

В ходе анализа конкурентных преимуществ, автором было проведено полевое исследование среди небольшого количества человек (опрошено 50 респондентов.), которые ответили на следующие вопросы:

1. На что в первую очередь обращают внимание потребители при выборе батона/ хлеба в магазине?
2. Как влияет упаковка на Ваш выбор?
3. Как влияет форма выпуска продукции на Ваш выбор?
4. Что оказывает влияние на повторное приобретение Вами данной продукции?

Ответ на первый вопрос получил несколько вариантов в зависимости от возраста и статуса потребителя: внешний вид, цена, производитель. Молодые люди до 25 лет обращают внимание, в первую очередь, преимущественно на внешний вид, утверждая, что чем красивее, тем вкуснее. Более привлекательным является батон с глянцевой румяной корочкой. Поверхность должна быть ровной, не потрескавшейся. В упаковке не должно быть крошек. Обыкновенно такой продукт имеет плотную мелкопористую структуру внутри. Этим требованиям полностью отвечает батон «Берасцейскі здобны» производства Барановичского хлебозавода. Этот батон получил премию гран-при на республиканском смотре качества хлебобулочных и кондитерских изделий «Смакота—2023».

Конечно, немаловажным является цена. И тех, кто ориентируется именно на неё — большинство. Цена стартует от 1 рубля 14 копеек (батон «Стары Менск») до 2 рублей 82 копеек («Наши сладости») на сегодняшний день, исходя из ассортимента магазина «Евроопт». Разбежка существенная, больше полутора рублей. Поэтому тут уже выбирает каждый сам, исходя из бюджета.

Однако есть консерваторы, не изменяющие своему выбору многие годы. И батоны производства Барановичского хлебозавода имеют далеко не последнее место в списке предпочтений потребителей. Этому способствует налаженное производство, строго соблюдаемая рецептура, стандарты качества и честно заслуженная репутация.

Важно ли во что именно будет упакован выбираемый продукт? Объективно: выставлять на прилавок «голый» хлеб оставили за собой право лишь частные пекарни. В крупных магазинах хлеб продается в упаковке. Большинство людей выбирают запаивающую индивидуальную упаковку.

Однако помимо внешнего вида и актуальной упаковки, мы имеем возможность выбирать форму выпуска продукции: нарезка или целая буханка. И тут мнения разделись практически пополам. Кто-то предпочитает цельный батон, чтоб иметь возможность разделить буханку на своё усмотрение. Плюс сроки хранения у такой формы 6 суток. С точки зрения гигиены, сроков хранения, экономии цельный хлеб предпочтительнее. А кто-то, напротив, отдаёт предпочтение уже красиво нарезанному продукту. На лицо, экономия време-