

СЕКЦИЯ V МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР МЕЖКУЛЬТУРНОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРИДОРОЖНОГО СЕРВИСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

О. А. Богдановская

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Е. Н. Карчевская, канд. геогр. наук, доцент

Транзитный туризм – достаточно новое определение для белорусского туристического рынка. Данное направление только начинает развиваться в нашей стране [1].

Транзитному туризму сопутствует придорожный сервис как необходимая часть любой долгосрочной поездки. В придорожный сервис включены такие необходимые составляющие, как автозаправочные станции, парковки, станции технического обслуживания, мойки, придорожные гостиницы, придорожные кафе, базы отдыха и т. д.

Актуальность данной темы определяется тем, что в Республике Беларусь развитие придорожного сервиса находится в состоянии стагнации – объекты придорожного сервиса находятся на том же уровне, должном уровне. Иностранцы туристы, проезжающие по белорусским трассам, зачастую оставляют крайне негативные и пугающие отзывы о транзитных отелях и кафе, жалобные книги некоторых заведений пестрят обилием претензий и возмущений постояльцев.

Владельцы объектов дорожного сервиса до конца не осознают, что их гостиницы и отели – своеобразная визитная карточка Республики Беларусь. Если иностранному туристу не понравится в отеле, он может решить, что и на всей территории страны будет такой же сервис и уровень обслуживания.

Объектом настоящего исследования являются объекты придорожного сервиса. Предмет исследования – качество услуг придорожного сервиса.

Объекты придорожного сервиса – здания и сооружения, расположенные на придорожной полосе и предназначенные для обслуживания участников дорожного движения в пути следования [1].

Методов оценки качества придорожного сервиса множество. Самым объективным показателем служит оценка качества услуг, рассмотренных по отдельности и далее собранных в единый отчет по показателям качества придорожного комплекса.

На сегодняшний день придорожный сервис Беларуси оставляет желать лучшего: потребность в автозаправочных станциях покрыта на 60 %, в объектах, осуществляемых продажу продуктов питания, – на 55 %, в охраняемых стоянках – на 50 %. Большинство объектов придорожного сервиса Беларуси оказывают, как правило, всего одну-две услуги, в то время как, например, в Польше – семь-десять [2].

Для улучшения качества придорожного сервиса предлагается повышение квалификации работников придорожных гостиниц.

В данный момент в городских гостиницах работают профессионалы высшего качества. Их отличают неизменная вежливость, умение выходить из самых сложных

ситуаций, умение гасить зарождающиеся конфликты и находить способы удовлетворения даже самых сложных клиентов. К сожалению, персонал придорожных гостиниц не соответствует этому уровню и зачастую банально отпугивает посетителей хамством и безразличным отношением к своей работе. Самая явная причина такого поведения персонала – недостаточность квалификации: у них просто нет знаний о том, как стоит вести себя с проблемными клиентами.

На данный момент психологи мира каждые полгода представляют вниманию общественности результаты новых исследований в области менеджмента и психологии. С помощью этих исследований можно повлиять на поведение клиентов и не давать даже шанса на возникновение и развитие конфликтных ситуаций [1].

Целесообразно каждые три года повышать квалификацию работников сферы гостиничного бизнеса. Так, работникам предоставляется свежая информация, они не успевают забыть все то, что услышали на прошлых курсах повышения квалификации и смогут проанализировать получаемую информацию, сопоставив ее с тем, с чем каждый день сталкиваются на рабочем месте.

Предположим, что гостиница будет раз в два года проводить для своих работников семинары по повышению квалификации и углублению знаний в сфере менеджера и психологии. Раз в три года каждого сотрудника будут отправлять на недельные курсы по повышению квалификации.

Рассчитаем затраты на проведение данного мероприятия на три года.

За этот срок гостиница проведет для своих работников два однодневных семинара (длительность – шесть часов) и один раз отправит каждого на курсы повышения квалификации.

Единовременно семинары будут посещать: один руководитель, один работник технического обслуживания, один работник кухни, одна горничная, один охранник. В гостинице работают 11 специалистов и два руководителя. Цены на семинары для них различаются. На однодневный семинар для специалистов в год гостиница потратит 342,96 BYN, а на двухдневные семинары для руководителей – 148,23 BYN.

Дополнительные затраты в виде недельной заработной платы и командировочных – 1046,63 BYN.

Среднемесячные расходы этого мероприятия – 137,4 BYN.

Мероприятие по повышению квалификации сотрудников не приведет к прямому увеличению прибыли. Однако оно имеет социальный эффект. Это увеличит процент удовлетворенных посетителей, поможет расширить клиентскую базу гостиницы, сократит количество записей в жалобной книге и повысит рейтинг и имидж Республики Беларусь в глазах иностранных туристов. Все это увеличит число посетителей гостиницы, что, в свою очередь, приведет к увеличению прибыли [2].

Исходя из проведенного опроса, потенциальный спрос на все гостиницы Республики Беларусь, проводящие регулярное повышение квалификации своего персонала, составляет 125782 человек. На одну же гостиницу – 2676 человек.

Экономический эффект от мероприятия равен 24,78 BYN.

Повышая квалификацию своего персонала, гостиница повышает его профессионализм, что увеличивает количество удовлетворенных клиентов, уменьшает количество записей в жалобной книге, повышает вероятность того, что довольный клиент остановится в гостинице еще раз, либо же посоветует ее знакомым или родственникам.

Л и т е р а т у р а

1. Кабушкин, Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко – Минск : Новое знание, 2000. – 180 с.
2. Бондаренко, Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб.-метод. пособие / Г. А. Бондаренко. – СПб. : ГЕРДА, 2011. – 51 с.