МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное
бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(СПбГЭУ)**
Садовая ул., д. 21, г. Санкт-Петербург,
Россия, 191023
Тел.: (812)310-38-23; Факс (812)310-20-92
e-mail: rector@unecon.ru http://www.unecon.ru
ОКПО 44353610 ОГРН 1129847034570
ИНН/КПП 7840483155/784001001

03-01-450 № 28.10.16
На № _____ от _____

«УТВЕРЖДАЮ»
Ректор
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный экономический
университет»
_____ И.А. Максимцев

ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

на диссертационную работу Кабанова Андрея Андреевича на тему «Совершенствование управления сферой гостиничных услуг на основе повышения лояльности клиентов» по специальности 08.00.05. - Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами - сфера услуг), представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Актуальность темы диссертационного исследования по совершенствованию сферы гостиничных услуг объясняется качественно новым этапом конкурентной борьбы за клиента между предприятиями отрасли. В настоящее время конкурентная борьба за лояльного клиента определяется не только ценовой политикой. Огромное значение на повышение лояльности клиента оказывают такие характеристики, как качество, индивидуальный подход, профессионализм персонала, уникальность предоставляемых услуг и их ценность для потребителя.

Борьба за выживание и расширение бизнеса является повседневной заботой для большинства объектов гостиничной индустрии, поэтому гостиницам необходимы денежные средства, получение которых возможно с помощью

привлечения новых клиентов, развития их лояльности к отелю и его услугам, формирования истинно лояльных клиентов.

Удовлетворение меняющихся потребностей клиентов и стимулирование их повторных обращений в гостиницу – важнейшие направления в деятельности гостиничных организаций во всех странах мира. Развитие средств телекоммуникаций, массовой информации и связанных с ними технологий, способствуют росту ожиданий со стороны клиентов в отношении качества обслуживания, разнообразия предлагаемых гостиничных услуг и профессионализма работников. Опыт ведущих международных гостиничных предприятий показывает, что в настоящее время важнейшим условием развития лояльности клиентов является повышение качества гостиничных услуг.

Вопросам управления лояльностью потребителей гостиничных услуг посвящено достаточно много исследований, однако в них не исследуется вопрос развития лояльности клиентов на основе повышения качества обслуживания путем использования принципов и инструментов системы «бережливое производство», в основном применяющейся на крупных промышленных предприятиях. Все вышесказанное определяет актуальность выбранной темы диссертационного исследования.

Исследование научно-методических основ совершенствования сферы гостиничных услуг на основе постоянного совершенствования программ лояльности и качества оказания гостиничных услуг, определило тему и отрасль диссертационного исследования. Считаем правомерным решение диссертационного совета Д 212.049.07 при ФГБОУ ВО «Государственный университет управления» о целесообразности защиты диссертации Кабанова А.А. по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг).

Научная новизна исследования и полученных результатов, выводов и рекомендаций, сформулированных в представленной на отзыв диссертации, определяется следующими положениями:

- классифицированы факторы формирования потребительской лояльности на гостиничные услуги на основе таких критериев, как рациональные и эмоциональные предпочтения потребителя, социально-демографические особенности клиентов, а

также условия и корпоративные стандарты проживания в средствах размещения деловых путешественников. Выделение таких групп факторов позволит гостиницам наиболее полно учитывать их при совершенствовании программ потребительской лояльности и формировании постоянных клиентов, в которых в наибольшей степени заинтересовано гостиничное предприятие (с. 45-53 диссертации, с. 13-14 автореферата);

- с учетом исследования особенностей гостиничных программ лояльности ведущих международных отельных брендов и проблем функционирования московских высококлассных отелей в диссертации обоснована важность отражения в программах лояльности интересов всех заинтересованных в их реализации сторон. Автор исследования определил основные группы участников программ лояльности, реализуемых в гостиничном бизнесе, что позволило ему сформулировать факторы, влияющие на заинтересованность каждой группы участников в результатах реализации программ по повышению клиентской лояльности. Данная структуризация факторов и групп участников реализации программ потребительской лояльности должна помочь отелям еще полнее учитывать интересы всех сторон и разрабатывать наиболее эффективные программы лояльности. Кроме того, это позволило автору предложить в диссертации модель разработки программы повышения потребительской лояльности, представляющей циклический процесс постоянного обновления с учетом меняющихся интересов участников программ лояльности и пополнения их клиентской базы (с. 59-71; 102-111 диссертации; с. 15-18 автореферата);
- на основе анализа отзывов гостей высококлассных московский отелей в диссертации выявлено, что большинство сетевых отелей Москвы активно используют приблизительно одинаковые программы поощрения постоянных клиентов, поэтому автор приходит к выводу, что в настоящее время это не основной инструмент формирования лояльности у гостей отеля. Это потребовало в диссертации проведения дополнительного анализа по выявлению проблем, существующих в деятельности гостиниц, которые негативно отражаются на удовлетворенности постояльцев гостиниц. Исходя из проведенного анализа было выявлено, что одним из важнейших элементов, влияющих на формирование удовлетворенности клиента отеля, является качество гостиничной услуги и

обслуживания. В диссертации предложено использование системы бережливого производства на гостиничных предприятиях, сформулированы его принципы и инструменты реализации, учитывающие особенности работы в гостиничном бизнесе и задачи гостиницы по повышению лояльности и удовлетворенности гостей на основе снижения потерь различных ресурсов при обеспечении постоянно высокого качества гостиничного обслуживания (с. 72-96 диссертации; с. 18-20 автореферата);

- с целью повышения качества гостиничных услуг и обслуживания в отеле предложен механизм контроля качества гостиничных услуг на четырех уровнях: 1 уровень – анализ гостевых анкет; 2 уровень – учет жалоб и претензий гостей отеля; 3 уровень – исследование и учет предложений сотрудников отеля по совершенствованию работы их служб и гостиницы в целом; 4 уровень – инспекция аудиторов. Использование такой многоуровневой системы контроля качества, в основе которой лежит применение отдельных инструментов бережливого производства, позволит гостиницам, во-первых, предлагать своим клиентам гостиничные услуги постоянно высокого качества, а, во-вторых, повысить ценность гостиничных услуг для потребителя, так как на основании анализа гостевых анкет и жалоб клиентов гостиница будет точно знать, какого сервиса ждет от нее потребитель (с. 112-119 диссертации; с. 21-23 автореферата);
- на основании анализа деятельности ряда московских гостиниц в диссертации было выявлено, что постоянная и планомерная работа гостиницы с жалобами клиентов позволяет отелю понять, что именно надо исправить в своей деятельности для повышения ценности гостиничных услуг у потребителя. В диссертации разработана методика работы отеля с жалобами и претензиями клиентов, которая детально описывает механизм работы персонала гостиницы в случае возникновения жалоб и проблем у постояльцев отеля. Использование данной методики позволит гостиничному предприятию не только сохранить недовольного клиента, но и увеличить его лояльность к гостинице. Также даны практические рекомендации по действиям сотрудников отеля в различных ситуациях (при возникновении жалоб и проблем у клиентов) и варианты компенсаций, которые могут предложить работники гостиницы клиентам для сохранения репутации гостиничного предприятия (с. 120-130 диссертации; с. 23-25 автореферата).

Значение научных результатов для теории и практики и рекомендации по их использованию. В диссертации с учетом особенностей функционирования предприятий сферы гостиничных услуг уточнен понятийный аппарат потребительской лояльности и выделены основные факторы, влияющие на формирование лояльности клиентов и рост их удовлетворенности от предоставляемых гостиничных услуг и обслуживания, что вносит существенный вклад в развитие теории потребительской лояльности в сфере гостиничных услуг.

Разработанная автором модель проектирования и реализации программы повышения потребительской лояльности в гостиницах, учитывающая интересы всех участников и заинтересованных сторон в функционировании программ лояльности в гостиничном секторе, и направленная на постоянное обновление с учетом меняющихся требований и пожеланий гостей отеля, может использоваться в российских гостиницах, находящихся в крупных городах, для повышения конкурентоспособности их гостиничных услуг.

Предложенный в диссертации механизм многоуровневого контроля качества гостиничных услуг, основанный на использовании основных принципов бережливого производства, а также рекомендации автора по разработке гостевых анкет, позволяет точно выявить пожелания, требования и запросы клиентов, повысить удовлетворенность потребителя и ценность оказываемых услуг для него.

Разработанная методика работы отеля с жалобами и претензиями клиентов позволяет гостиницам не только повысить качество гостиничных услуг и обслуживания гостей, но также выявить недостатки в деятельности гостиницы и их устранить.

Таким образом, и с практической точки зрения работа является ценной ввиду своей направленности на повышение эффективности и оптимизацию работы московского гостиничного комплекса.

Диссертационный материал по совершенствованию сферы гостиничных услуг на основе повышения лояльности клиентов может быть использован образовательными учреждениями высшего образования при преподавании дисциплин по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», 43.03.03 «Гостиничное дело», поскольку исследуемые в работе экономические вопросы и управленческие задачи актуальны и имеют практическую значимость.

Кроме того, отдельные положения и рекомендации представляют собой удобный практический материал для повышения эффективности деятельности российских гостиничных предприятий.

По совокупности полученных научных результатов можно сделать вывод, что разработанное Кабановым А.А. методическое обеспечение по совершенствованию деятельности предприятий сферы гостиничных услуг на основе развития лояльности клиентов действительно является новым практически ценным результатом и позволяет гостиницам получить такое важное конкурентное преимущество, как наличие истинно лояльных, постоянных клиентов.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации, не вызывает сомнений.

В частности, анализ содержания работы позволяет констатировать, что автор корректно использует современную методологию научных исследований, аргументирует собственные выводы фактами и примерами из практики работы российских гостиниц и международных сетевых отелей, статистическими данными и расчетами, что обеспечивает достаточно высокую степень обоснованности основных положений диссертации.

Считаем правильным использование экспертных оценок для определения уровня качества гостиничных услуг, предлагаемых в настоящее время на московском гостиничном рынке, а также для оценки удовлетворенности клиентов от обслуживания в московских гостиницах и для исследования преимуществ членства в программах лояльности гостиниц, находящихся под управлением международных гостиничных сетей, ввиду сложностей с наличием статистической информации по указанным вопросам. Полученные автором выводы на основании данных экспертных оценок в результате представляются научно и логически обоснованными.

Нельзя не согласиться с обоснованностью оценок, полученных Кабановым А.А. на основе исследования деятельности высококлассных московских сетевых гостиниц, и с рекомендациями по повышению потребительской лояльности в сфере гостиничных услуг на основе улучшения качества гостиничного обслуживания путем использования принципов и инструментов бережливого производства.

На наш взгляд, достоверность результатов диссертационного исследования аргументирована применением современных методов решения задач на основе научно-аргументированного подхода, всестороннего анализа и верификацией результатов с использованием общепринятых методов и критериев, исследованием на реальных гостиничных предприятиях.

Структура и содержание диссертации. Работа состоит из введения, трёх глав (с выводами по каждой главе), заключения и списка использованной литературы. Общий объем диссертации составляет 159 страниц, в том числе 142 страницы основного текста, 16 таблиц, 17 рисунков. Список литературы включает 177 наименований.

В первой главе «Формирование потребительской лояльности как основы эффективной деятельности сферы гостиничных услуг» выполнен анализ развития московского гостиничного комплекса с целью выявления наиболее острых проблем функционирования, требующих наибольшего внимания со стороны московских гостиниц; проведен анализ существующих определений понятия «лояльность» и сформулировано определение лояльного потребителя; дан перечень факторов формирования потребительской лояльности на гостиничные услуги, учет которых позволит гостиницам увеличить количество повторных клиентских обращений.

Во второй главе «Особенности управления потребительской лояльностью в сфере гостиничных услуг» выполнен анализ программ потребительской лояльности, применяемых в гостиничном бизнесе, позволивший выявить их схожие черты; показана роль значение качества оказания гостиничных услуг на рост удовлетворенности гостей отелей от предоставляемых гостиничных услуг; выделена целесообразность повышения качества гостиничного обслуживания на основе применения принципов и инструментов бережливого производства.

В третьей главе «Методические рекомендации по развитию лояльности потребителей в сфере гостиничных услуг» предложена модель работки программ повышения потребительской лояльности, предусматривающая постоянное обновление с учетом интересов всех участников формирования и реализации программ лояльности; предложен механизм многоуровневого контроля качества гостиничных услуг, в основе реализации которого лежат принципы бережливого производства, направленного не только на обеспечение постоянно высокого

качества гостиничных услуг, но также и на выявление ожиданий и предпочтений клиентов отелей; разработана методика работы отелей с жалобами и претензиями гостей, что позволит не только сохранить недовольного клиента и увеличить его лояльность, но и выявить слабые места в работе средств размещения.

Замечания и спорные моменты диссертационной работы. Отмечая высокую значимость результатов и новизну диссертационного исследования, можно отметить, что, как всякое исследование, представленная диссертация содержит несколько дискуссионных вопросов и замечаний:

1. В диссертации приведены разновидности лояльных клиентов табл. 1.7 (с. 43 диссертации), но не показаны направления деятельности отеля для перехода потребителя из более низкой стадии лояльности в более высокую.

2. При выделении факторов, формирования потребительской лояльности на гостиничные услуги в табл. 1.13 (с. 52-53 диссертации), приведен только их перечень. Однако должное обоснование по наличию именно этих факторов и их полноте в работе отсутствует.

3. В работе автор анализирует только программы лояльности международных гостиничных сетей (с. 59-71 диссертации), но ничего не пишет про программы лояльности национальных гостиничных сетей (например, Azimut Hotels, Amaks Hotels&Resorts, Heliopark Hotels&Resorts и др.), а также опыте их использования.

Однако, указанные недостатки и замечания не относятся к основным положениям исследования, не являются критическими и не снижают научной и практической значимости выполненной автором работы. Диссертация логично построена, ее структура и содержание соответствуют цели и задачам исследования.

Заключение о соответствии диссертационной работы установленным критериям. В целом диссертация Кабанова А.А. на тему «Совершенствование управления сферой гостиничных услуг на основе повышения лояльности клиентов» представляет собой самостоятельную законченную научно-квалификационную работу, направленную на решение важной задачи, связанной с разработкой инструмента повышения потребительской лояльности в сфере гостиничных услуг. Диссертационная работа подтверждает наличие у соискателя способностей к

исследовательской деятельности, показывает умение анализировать научную информацию и создавать на ее основе новые результаты.

Основные положения диссертации достаточно полно изложены отражены в 10 работах, написанных автором лично и в соавторстве, общим объемом более 3,3 п.л. (лично автору принадлежит 2,8 п.л.), 4 из которых опубликованы в журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки России.

Автореферат раскрывает основное содержание диссертации и включает в себя выводы и предложения по результатам проведенного исследования.

Результаты исследования докладывались на шести научно-практических конференциях и были внедрены в гостинице «Гостевой дом «ЭКО-АПАРТ». Некоторые результаты теоретических исследований использовались при подготовке спецкурсов в учебном процессе в ФГБОУ ВО «Государственный университет управления».

Рабочая гипотеза исследования получила формально-логическое подтверждение. Работа в целом обладает структурным единством, а полученные результаты соответствуют задачам и цели работы.

Автореферат в целом отражает содержание проведенного исследования и положений научной новизны, выносимых автором на защиту.

Тема исследования, полученные результаты, сформулированные выводы и рекомендации соответствуют паспорту специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами - сфера услуг): п. 1.6.109. - «Совершенствование организации, управления в сфере услуг в условиях рынка»; п. 1.6.116. – «Механизм повышения эффективности и качества услуг».

Диссертация на тему «Совершенствование управления сферой гостиничных услуг на основе повышения лояльности клиентов» полностью соответствует требованиям п. 9 Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор Кабанов Андрей Андреевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05. - Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг).

Отзыв подготовлен д.э.н., проф., зав. кафедрой гостиничного и ресторанного бизнеса ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» Степановой С.А.

Отзыв заслушан и одобрен на заседании кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» «20» октября 2016 г., протокол № 2.

Заведующий кафедрой
гостиничного и ресторанного бизнеса
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный экономический университет»,
д.э.н., проф. С.А. Степанова

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный экономический университет»
адрес: Россия, 191023, г. Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21
телефон: (812)310-38-23; Факс (812)310-20-92
Адрес электронной почты: rector@unecon.ru

Подпись руки заверяю
Зам. начальника
управления кадров О.Д. Маслюк