

全域旅游背景下川西北—甘南藏区

酒店服务质量提升研究

敏忠秀¹

（甘肃民族师范学院 历史文化系 甘肃 合作 747000）

【摘要】随着“全域旅游”的持续推进，川西北—甘南藏区旅游业遇到前所未有的发展机遇，作为旅游业四大支柱产业之一的酒店业在此背景下竞争越发激烈，消费者越来越重视旅游消费的体验性和服务质量的有效性。本文通过对川西北—甘南所在的阿坝藏族羌族自治州、甘孜藏族自治州和甘南藏族自治州携程网酒店游客服务质量评价进行分析归纳，发现部分酒店存在主动服务意识不强、设施设备陈旧老化、安保措施不到位以及实物产品质量不达标等质量问题。究其原因，主要有员工招聘和培训机制不合理、设施设备维修保养制度不健全、员工流动大和缺乏科学的酒店服务质量标准体系，为此本文提出了提升该区域酒店服务质量的相应策略，即强化酒店全员服务意识，努力提高员工素质、加强部门沟通和协作、建立完善的服务质量管理体系和打造有特色的酒店服务。

【关键词】川西北 甘南 酒店 服务质量 策略

【中图分类号】F592.7 **【文献标识码】**A

1 引言

川西北—甘南所在的阿坝藏族羌族自治州、甘孜藏族自治州和甘南藏族自治州地处青藏高原东南部，是中国地势三大阶梯中第二阶梯向第一阶梯过渡的区域。该区域地理位置优越，自然风光多样、人文景观富集，是国家“三区三州”扶贫攻坚的核心区域。2016年“全域旅游示范区”建设年以来，前往该区域的游客不断增长，根据三州2015-2019年旅游统计年鉴数据显示，五年来三州游客接待量不断增加，游客接待量最高的阿坝州，五年来共接待游客15221.11万人次，甘孜州共接待游客9574.5万人次，甘南州接待游客5542.97万人次，游客人数的爆发性增长标志着该区域旅游业发生了质的飞跃，这为旅游业四大支柱产业之一的旅游住宿业服务质量提出了新的要求和挑战。

2 样本选取

“互联网+”时代酒店经营与顾客的关联度增加，顾客对酒店的关注、认知和评价变得立体，在时间和空间节点上均表现出敏感的状态。互联网和智能化手段的广泛应用，也使人们的出行变得方便和快捷，消费者通过网络渠道了解酒店信息已经变得正常而普遍。消费者越来越习惯于从网上进行各类旅游咨询、旅游线路规划、酒店机票等信息的收集与购买，相关旅游网站如携程网、去哪儿网、驴妈妈、途牛网、飞猪平台、艺龙网等也纷纷推出酒店预订功能，并专门开设留言渠道供旅游消费者进行酒店服务评论。其中携程网是国内目前比较受欢迎的预订网站，并且对酒店住宿的点评体系比较系统、科学，网友评论数量大，

¹**作者简介：**敏忠秀（1984-），男，甘肃临潭人，硕士研究生，讲师，研究方向：民族区域酒店与旅游资源规划。

基金项目：甘肃民族师范学院校长科研基金项目“全域旅游视角下的川西北—甘南大九寨旅游区构建研究”（编号：GSNXXM16-35）阶段性成果。

所以本文选择携程网的顾客评价数据。从网络上采集点评数据，均由顾客以自然语言形式发布在网络上，体现了顾客对酒店所提供产品和服务质量的感知评价。本文对携程网上阿坝羌族藏族自治州、甘孜藏族自治州和甘南藏族自治州四星级及以上的 20 家酒店 1532 条消费者服务质量留言进行 ABC 分析法分类，发现三州酒店服务质量存在的问题无外乎以下几种：

根据 ABC 分析法以“关键的是少数、次要的是多数”这一原理为基本思想，归纳总结影响三州酒店服务质量的相关因素，对这些因素发生的频率和数量进行定量分析，计算出每类质量问题在质量总问题中所占的比重，然后由大到小以此分为 A、B、C 三类问题，从而找出酒店服务最主要的质量问题加以解决。根据 ABC 分析法的原理，A 类问题是累计比例为 0%-70% 的因素，也就是主要质量问题，在上表中主要质量问题即为服务意识问题和设施设备问题；B 类问题是累计比列在 70%-90% 的因素，也就是次要质量问题，在上表中次要的质量问题即为安保措施和实物产品问题；C 类问题是累计比例在 90%-100% 的因素，显示在上表中即其他问题，为一般质量问题。

3 产生服务质量问题的原因分析

3.1 员工招聘和培训机制不合理

2016 年 2 月川西北-甘南三大自治州被确定为全国第一批“全域旅游示范区”后，游客人数激增，以阿坝藏族羌族自治州为例，2016 年该州游客人数达 3762 万人次。在此背景下，三州部分酒店专业人才的储备显得捉襟见肘，人才招聘和培训中存在的问题也不断显现出来。三州是国家“三区三州”扶贫攻坚的核心区域，区域内少数民族众多，文化层次相对较低，接受酒店管理专业训练的人才更是少之又少。进入酒店的方式相对单一，酒店方也没有认识到专业人才对酒店行业发展的重要性，个别酒店在人才招聘、开发以及培训环节流于形式，不追求人力资源的适切性。

3.2 设施设备维修保修制度不健全

根据惯例，酒店的设施设备的更新周期为 8~12 年，但设施设备低维修保养制度不健全、日常维护保养不到位，国内的酒店设施四到六年就需要更新，这类现象在快捷酒店和低星级酒店中比较常见。通过携程网游客评价可以发现三州部分酒店对于酒店设施设备的维修保养同样不够不及时，并未制定科学合理的维修保养制度，部分酒店缺乏设施设备的维修保养意识，对设施设备维修保养不及时，维修管理观念陈旧，缺乏专业保养环节，对设施设备的保养处于“粗放式”管理阶段，没有科学合理的保养流程和保养制度，导致酒店设施设备使用周期低，折旧速度快，加剧了酒店经营成本。

3.3 员工满意度低，流动性大

因招聘和培训机制不合理，人才的适切性不高，这些非专业人才在短时间内不能领会酒店工作性质和任务，需要花费大量的时间和精力进行培训，而上岗两三个月后又迎来了“三州”的旅游淡季，部分员工不得不被迫离职，一方面淡季酒店入住率下降，服务人员待遇随之下调；另一方面，酒店管理层缺乏对员工心理和生活上的关怀和了解，致使员工满意度不断下降，离职跳槽和人力资源流动成为常态。

3.4 缺乏科学的酒店服务质量标准体系

由于酒店的服务对象千差万别，服务的主体又受各方面因素的影响，导致酒店服务质量无法在长时间保持一致和稳定。尤其是在当前“三州”酒店市场缺乏专业管理团队的现状面前，酒店行业必须要制定一套长远的、全面的服务质量标准体系，以此来规范酒店的服务流程、服务标准和服务效率。科学的服务质量标准体系是酒店员工业务的行动指南和方向，并且能在一定的时间段有效地降低服务质量的随意性和波动性，是酒店的服务质量在一定时期内保持稳定的保障。“三州”很多酒店到目前为止并未形成长远、科学的服务质量标准，故对区域酒店业服务质量的提高起不到规范的作用，各酒店建立的规范标准不统一，

导致该区域酒店服务质量管理效率偏低。

4 川西北-甘南藏区酒店服务质量提升对策

4.1 强化酒店全员服务意识，努力提高员工素质

酒店的服务意识是酒店员工工作的基础，服务意识是员工内在的观念形态，跟员工的价值观念有密切的联系，服务意识应渗透在酒店工作的各方面，才能有效提高酒店服务质量。首先，从人才招聘开始，给员工树立正确的价值观，要有爱岗敬业、爱岗乐业的服务精神；其次，酒店员工应树立客人是“亲朋好友”观，以真诚的态度、友好的理念提供服务，形成良好的宾客关系；再次，酒店亟须加强服务意识培训，从岗前培训到岗位培训，从岗位培训到职业培训，应将全员性服务、全方位服务、全过程服务和全方法服务理念贯穿服务的始终，尤其是在对员工进行工作职责、服务技能相关培训时，要着力强化其服务意识，培养与酒店荣辱与共的主人翁意识并在实际工作中转化为实际行动，通过各种途径努力提高员工的工作能力和素养，同时在服务实践中，通过现场督导、案例讲解实时向员工传递正确的服务理念。

4.2 加强部门沟通与协作

酒店各部门之间关系处理得融洽与否，会直接影响到酒店业务的正常运转。通过对“三州”携程网上酒店服务质量留言评论分析发现，“三州”部分酒店各部门之间关系涣散、凝聚力不强、缺乏团队意识和集体精神；各部门各自为阵，注重部门利益，不重视组织团结。因此，想要提升“三州”酒店整体的服务形象，就必须加强各酒店以及酒店内部各部门的沟通和协调，打破固有思维，立足长远，解决整体性问题。携程网评论留言显示，“三州”部分酒店服务投诉矛盾均来自于酒店内部各部门的相互推诿和责权不清，缺乏主动配合意识，各部门之间甚至互相拆台，对于顾客的投诉，互踢皮球、互相推诿。总之，酒店各部门之间的配合默契与否，关系到酒店的长远发展，关系到服务质量的提高与否，故加强各部门的沟通与协作，是酒店管理者关注的重点。

4.3 建立完善的服务质量管理体系

酒店的服务质量管理体系是动态的管理机制，人们应采用各类管理方法对酒店服务质量进行动态的管理以此提高酒店服务质量。为保证酒店的服务质量管理体系高效运转，酒店应建立计划、组织、实施、控制和反馈监督等服务质量环节，使服务质量管理体系健康合理运转。酒店应从酒店服务质量入手，积极完善酒店各项规章制度、管理制度，加强日常业务管理，建立自上而下的服务质量管理体系和体系，严格执行相关流程。首先，建立服务质量管理体系；其次，树立服务至上的服务理念；最后，制定酒店服务质量标准；最后，成立由专门质量管理人员组成的 QC 小组。

4.4 打造富有特色的酒店服务

在酒店业竞争日益激烈的当下，唯有创新、提供富有特色的服务，才能在酒店市场占有一席之地。而富有特色的服务来自于酒店对顾客的换位思考，酒店服务质量的标准带有很强的主观性，服务质量因人而异，如何提高酒店服务质量，是现阶段“三州”各酒店均需考虑的问题。首先，在酒店服务中，我们应急客人之所急，想客人之所想，提前谋划、富有创造性的提供服务；其次，展开特色服务；第三，提供超前服务，超前谋划、提前准备。总之，在提供服务时，尽可能考虑人无我有、人有我新、人新我奇、人奇我特的原则，想法设法给客人提供满意加惊喜的服务，唯有如此，才能真正提高该区域酒店服务的质量。

参考文献:

[1]焦明宇. 基于顾客价值的经济型酒店顾客满意度测评研究[J]. 旅游学刊, 2014(11) .

-
- [2]丁于思, 肖轶楠. 基于网络点评的五星级酒店顾客满意度测评研究[J]. 经济地理, 2014(05) .
- [3]陈素平, 杨帆. 长沙市经济型连锁酒店服务质量分析——基于网络评论调查[J]. 湖南财政经济学院学报, 2014(02) .
- [4]丁于思, 肖轶楠. 五星级酒店服务质量评价指标体系研究——基于网络点评内容分析[J]. 消费经济, 2014(03) .
- [5]曹亚平. 郑州市经济型酒店服务质量提升对策研究[D]. 郑州大学, 2015.
- [6]彭翠珍. 论酒店营销中的内部关系营销[J]. 岳阳职业技术学院学报, 2004(12).