

УДК 640.4

DOI: 10.34670/AR.2022.47.86.022

Специфика услуг индустрии гостеприимства и туризма**Боднева Наталья Александровна**

Кандидат педагогических наук,
старший преподаватель кафедры туризма и гостиничного сервиса,
Институт иностранных языков и международного туризма,
Пятигорский государственный университет,
357532, Российская Федерация, Пятигорск, пр. Калинина, 9;
e-mail: Bodneva.nataly@yandex.ru

Срибная Татьяна Александровна

Кандидат исторических наук,
доцент кафедры туризма и гостиничного сервиса,
Институт иностранных языков и международного туризма,
Пятигорский государственный университет,
357532, Российская Федерация, Пятигорск, пр. Калинина, 9;
e-mail: Tatiana17-1980@mail.ru

Хасуев Асланбек Эйляевич

Кандидат философских наук,
доцент кафедры теории и технологии социальной работы,
Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова,
364093, Российская Федерация, Грозный, ул. Асланбека Шерипова, 32;
e-mail: Alarih95@gmail.com

Аннотация

Перспективы развития современной организации определяются в значительной мере состоянием ее кадрового состава. Для организации важно создание условий для формирования и реализации кадрового потенциала, что обеспечит конкурентное преимущество по сравнению с другими организациями. Это справедливо и для предприятий в сфере гостеприимства. В статье проводится анализ особенностей организации бизнеса в сфере гостеприимства, а также маркетинга, как стратегии, направленной на повышение эффективности использования ресурсов предприятия для повышения конкурентоспособности. Гостиничные услуги также можно сказать имеют характер негибкого производства. Выбранная тема работы является актуальной, так как сегодня индустрия гостеприимства является самой динамично развивающейся отраслью народного хозяйства и его совершенствование всегда будет обусловлено ростом качества обслуживания людей. Очевидно, что в условиях жесткой конкуренции все труднее становится оценить изменения потребностей клиентов и удовлетворить их запросы. Основными направлениями повышения качества обслуживания клиентов являются: 1) строгое соблюдение принятых стандартов и правил оказания гостиничных услуг; 2)

улучшение финансово-экономического состояния гостиничного предприятия; 3) совершенствование кадрового потенциала, развитие кадровой политики, системы мотивации и обучения персонала; 4) ориентация на удовлетворенность гостей, постоянный мониторинг дополнительных услуг и цен на услуги; 5) совершенствование номерного фонда.

Для цитирования в научных исследованиях

Боднева Н.А., Срибная Т.А., Хасуев А.Э. Специфика услуг индустрии гостеприимства и туризма // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Том 12. № 11А. С. 183-189. DOI: 10.34670/AR.2022.47.86.022

Ключевые слова

Индустрия, гостеприимство, организация, предприятия, малый бизнес.

Введение

Перспективы развития современной организации определяются в значительной мере состоянием ее кадрового состава. Для организации важно создание условий для формирования и реализации кадрового потенциала, что обеспечит конкурентное преимущество по сравнению с другими организациями. Это справедливо и для предприятий в сфере гостеприимства.

Условия формирования и проблемы реализации потенциала малого гостиничного предприятия значительно варьируются в зависимости от места расположения организации, социальных и экономических возможностей местного населения, масштабов и вводов деятельности и т.п. Это очевидно, однако, в не меньшей степени влияет качество персонала предприятия.

Актуальность проблемы функционирования системы управления персоналом в современных условиях требует качественно нового уровня подготовленности персонала. Проблемы кадровой политики остаются по сей день злободневными, несмотря на неоднократные попытки разработать и реализовать концепцию государственной кадровой политики и как ее продолжения – кадровой политики предприятия. Система управления персоналом обеспечивает реализацию способностей и характеристик работников как главного ресурса организации, которая связана с успешным исполнением порученных ему функций и эффективным достижением целей развития организации в перспективе.

Основная часть

В последнее время индустрия гостеприимства превратилась в ключевой сектор экономики с гигантскими объемами инвестиций, выступая главным катализатором социально-экономического развития страны или региона. Индустрия гостеприимства представлена обширным перечнем динамично развивающихся секторов народного хозяйства: транспорт, связь, строительство, торговля, сельское хозяйство, производство товаров.

Современная индустрия гостеприимства служит собирательным понятием для различных форм бизнеса и сфер деятельности человека: сфера размещения клиентов (туризм, гостиничный бизнес), предоставление услуг питания (ресторанный бизнес, общественное питание), сфера отдыха (рекреация) и развлечений (музейно-выставочная, экскурсионная деятельность), сфера

профессионального образования (организация семинаров, конференций), транспорт (осуществление перевозок), связь (почтовые услуги, интернет-услуги).

Гостиница предоставляет большой ассортимент услуг, позволяющих максимально удовлетворить пожелания потребителей и отвечающих требованиям стандартов (чистая и уютная комната с местами для отдыха и сна, питание, медицинская помощь, стирка, ванная комната, бассейн, спортивный зал, интернет-связь и многое другое.). Основной услугой индустрии гостеприимства является предоставление гостиничных номеров для временного проживания людей.

В настоящее время персонал считается одним из тех факторов, которые приносят организации решающий успех. Термином «организация» называют сообщества, созданные людьми на основании общих интересов и/или для достижения общих целей, «действующие на основе определенных процедур и правил и имеющие признаки управления» [Кибанов, 2011]. Организации могут быть созданы в социальной, экономической, культурной, политической, международной и прочих сферах. Именно потому современная концепция управления предприятием предполагает выделение из большего числа функциональных сфер управленческой деятельности той, которая связана с управлением кадровой составляющей производства – персоналом предприятия. Вложения в человеческие ресурсы и кадровую работу становятся долгосрочным фактором конкурентоспособности и выживания фирмы.

Технологический цикл оказания гостиничной услуги включает бронирование, расчетные операции, прием, обслуживание клиентов. Этот набор процессов обеспечивает предоставление услуги гостиничным предприятием любой вместимости. Однако, стоит отметить, что набор служб может меняться в зависимости от уровня гостиницы. Крупные гостиничные комплексы в отличие от средних и мелких гостиниц, имеют отдельные структурные подразделения бронирования и обслуживания, приема и размещения, службу маркетинга и рекламы, административно-хозяйственное подразделение, эксплуатационную службу, финансово-экономический отдел.

Цикл обслуживания гостей начинается с бронирования или прибытия потенциального потребителя.

Предоставление гостиничной услуги может быть осуществлено по предварительному бронированию номера клиентом.

Для осуществления требуемых алгоритмов оказания услуг высшего качества предусмотрены стандарты. В них определено понятие качества гостиничной услуги, требования по ее предоставлению, показатели полезности услуги, способные удовлетворить запросы клиентов. Иначе говоря, стандарты определяют соответствие предоставляемой услуги критериям качества. Деятельность по обслуживанию клиентов представляет собой совокупность основных и дополнительных услуг, направленных на максимальное удовлетворение ожидаемых потребностей туристов.

Стандарты обслуживания клиентов представляют собой внутренний документ гостиничной компании, который устанавливает единые и достаточные требования по качеству обслуживания, а также правила действий сотрудников и реагирования в определенных ситуациях. Выполнение гостиницей на высоком уровне общих стандартов обслуживания обеспечивает ей конкурентные преимущества.

Стандарт качества является необходимым документом деятельности гостиницы, определяющий критерии оценки качества товаров и услуг, предоставляемых клиентам. Лучшим критерием качества обслуживания в гостинице является удовлетворенность гостя [Круль, 2011].

По мнению Ф. Котлер, удовлетворенность напрямую связана с качеством. Удовлетворенность услугой определяется по ощущениям довольства. И наоборот, разочарование говорит о несоответствии обслуживания в отеле ожиданиям клиента, то есть о его неудовлетворенности. Поэтому способность гостиницы удовлетворять потребности клиентов выражена критериями качества [Котлер, 1999].

Общепризнанными являются следующие критерии качества обслуживания в гостиничной индустрии:

- удовлетворение ожиданий клиента;
- стабильность работы;
- компетентность сотрудников;
- круглосуточная доступность сотрудников для контакта;
- обеспечение безопасности;
- своевременное информирование гостя;
- внимательный и индивидуальный подход к каждому клиенту [Технологии обслуживания в гостинице, www].

Данные критерии служат основой при планировании деятельности гостиницы [Кобяк, 2008].

Стандарты обслуживания потребителей в обязательном порядке затрагивают:

- внешний вид сотрудников;
- взаимодействие с клиентом;
- действия сотрудников в отдельных ситуациях, в том числе и запрещенные.

Стандарты обслуживания клиентов:

- способствуют поддержанию порядка в компании, что замечается клиентами и определяет их уверенность в том, что ожидания будут удовлетворены;
- обеспечивают контроль продаж, обслуживания клиентов и иной работы сотрудников;
- создают систему мотивации, определяя связь качества обслуживания и обучения;
- являются практическим инструментом для адаптации новых сотрудников в коллективе и их вовлечения в бизнес-процесс обслуживания клиентов на должном уровне.

Таким образом, стандарты обслуживания для клиентов служат некой гарантией качества. Кроме того, они влияют на характер взаимодействия клиента с сотрудниками. Высокий уровень сервиса в гостинице во многом зависит от уровня квалификации персонала.

Основной целью внедрения стандартов качества в индустрии гостеприимства является обеспечение стратегического конкурентного преимущества. Вопрос обеспечения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства – это способность и возможность оказания гостиничных услуг на высоком уровне в условиях рынка.

Таким образом, индустрия гостеприимства – это гигантский сектор экономики и сфера деятельности людей по удовлетворению желаний и потребностей клиентов. Индустрия туризма и гостеприимства представлена объединенным комплексом отраслей и видов деятельности, удовлетворяющих запросы потребителей во временном проживании, питании, отдыхе, перемещении, оздоровлении, получении впечатлений.

Конечной целью любого гостиничного предприятия является завоевание как можно больше посетителей и финансовая стабильность. Нацеленность на клиента является предпосылкой для совершенствования гостиницы. Привлечение новых клиентов и удержание постоянных определяет высокую конкурентоспособность гостиницы. Неизбежным в этом процессе становится введение и поддержание требований по качеству обслуживания.

Уровень удовлетворенности клиентов – основной параметр успешности гостиничного предприятия. Он связан с качеством предоставляемых гостиничным предприятием услуг. Поэтому способность гостиницы оказывать услуги на высоком уровне в условиях рынка и наиболее полно удовлетворять потребности клиентов характеризует реализацию критерий качества. Данный аспект в современных условиях определяется профессионализмом кадрового состава, внедрением в деятельность гостиницы актуальных инновационных технологий и методов, обеспечивающих высокое качество обслуживания гостей. Это является главным признаком конкурентоспособности гостиничного предприятия.

Индустрия гостеприимства направлена на удовлетворение любых запросов и желаний гостей. Основным условием выживания предприятий гостеприимства является завоевание как можно больше посетителей и оставление положительных впечатлений о посещениях. Привлечение новых клиентов и удержание постоянных определяет высокую конкурентоспособность гостиницы. Именно нацеленность на клиента является предпосылкой для совершенствования гостиницы. Неизбежным в этом процессе становится введение и поддержание требований по качеству обслуживания.

Уровень удовлетворенности клиентов – основной параметр успешности гостиничного предприятия. Он связан с качеством предоставляемых гостиничным предприятием услуг. Поэтому способность гостиницы оказывать услуги на высоком уровне в условиях рынка и наиболее полно удовлетворять потребности клиентов характеризует реализацию критерий качества. Высокое качество обслуживания гостей – главный признак конкурентоспособности гостиничного предприятия. Данный аспект в современных условиях определяется профессионализмом кадрового состава и внедрением в деятельность гостиницы актуальных инновационных технологий и методов.

Выбранная тема работы является актуальной, так как сегодня индустрия гостеприимства является самой динамично развивающейся отраслью народного хозяйства и его совершенствование всегда будет обусловлено ростом качества обслуживания людей. Очевидно, что в условиях жесткой конкуренции все труднее становится оценить изменения потребностей клиентов и удовлетворить их запросы.

Заключение

Основными направлениями повышения качества обслуживания клиентов являются:

- 1) строгое соблюдение принятых стандартов и правил оказания гостиничных услуг;
- 2) улучшение финансово-экономического состояния гостиничного предприятия;
- 3) совершенствование кадрового потенциала, развитие кадровой политики, системы мотивации и обучения персонала;
- 4) ориентация на удовлетворенность гостей, постоянный мониторинг дополнительных услуг и цен на услуги;
- 5) совершенствование номерного фонда.

Библиография

1. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом. М.: ИНФРА-М, 2011. 638 с.
2. Кобяк М.В. Управление качеством в гостинице. М.: Магистр, 2008. С. 88-89.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Вильямс, 1999. 180 с.
4. Крულъ Г.Я. Основы гостиничного дела. К.: Центр учебной литературы, 2011. 368 с.

5. Технологии обслуживания в гостинице. Повышаем лояльность клиентов. URL: <https://www.kp.ru/guide/obsluzhivanie-v-gostinitsakh.html>

The specifics of the services of the hospitality and tourism industry

Natal'ya A. Bodneva

PhD in Pedagogy,
Senior Lecturer of the Department of Tourism and Hotel Service,
Institute of Foreign Languages and International Tourism,
Pyatigorsk State University,
357532, 9, Kalinina ave., Pyatigorsk, Russian Federation,
e-mail: Bodneva.nataly@yandex.ru

Tat'yana A. Sribnaya

PhD in History,
Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Service,
Institute of Foreign Languages and International Tourism,
Pyatigorsk State University,
357532, 9, Kalinina ave., Pyatigorsk, Russian Federation,
e-mail: Tatiana17-1980@mail.ru

Aslanbek E. Khasuev

PhD in Philosophy,
Associate Professor of the Department of Theory
and Technology of Social Work,
Chechen State University,
364049, 32, Sheripova str., Grozny, Russian Federation;
e-mail: Alarih95@gmail.com

Abstract

Prospects for the development of a modern organization are determined to a large extent by the state of its personnel. It is important for an organization to create conditions for the formation and implementation of human resources, which will provide a competitive advantage over other organizations. This is also true for businesses in the hospitality industry. The article analyzes the features of business organization in the field of hospitality, as well as marketing, as a strategy aimed at improving the efficiency of using enterprise resources to increase competitiveness. Hotel services can also be said to have the nature of inflexible production. The chosen topic of work is relevant, since today the hospitality industry is the most dynamically developing branch of the national economy and its improvement will always be due to an increase in the quality of service to people. Obviously, in a highly competitive environment, it is becoming increasingly difficult to assess the changing needs of customers and satisfy their requests. The main directions for improving the quality of customer service are: 1) strict adherence to accepted standards and rules for the provision

of hotel services; 2) improvement of the financial and economic condition of the hotel enterprise; 3) improvement of personnel potential, development of personnel policy, system of motivation and training of personnel; 4) focus on guest satisfaction, constant monitoring of additional services and prices for services; 5) improvement of the number of rooms.

For citation

Bodneva N.A., Sribnaya T.A., Khasuev A.E. (2022) Spetsifika uslug industrii gostepriimstva i turizma [The specifics of the services of the hospitality and tourism industry]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 12 (11A), pp. 183-189. DOI: 10.34670/AR.2022.47.86.022

Keywords

Industry, hospitality, organization, enterprises, small business.

References

1. Kibanov A.Ya. (2011) *Osnovy upravleniya personalom* [Fundamentals of personnel management]. Moscow: INFRA-M Publ.
2. Kobyak M.V. (2008) *Upravlenie kachestvom v gostinitse* [Hotel quality management]. Moscow: Magistr Publ.
3. Kotler F. (1999) *Osnovy marketinga* [Principles of Marketing]. Moscow: Vil'yams Publ.
4. Krul' G.Ya. (2011) *Osnovy gostinichnogo dela* [Fundamentals of hotel business]. Kiev: Tsentri uchebnoi literatury Publ.
5. *Tekhnologii obsluzhivaniya v gostinitse. Povyshaem loyal'nost' klientov* [Technologies of service in the hotel. Increasing customer loyalty]. Available at: <https://www.kp.ru/guide/obslyuzhivanie-v-gostinitsakh.html> [Accessed 12/12/2022]