

Чурбанова Р. А.

*аспирант кафедры менеджмента,
Институт социальных и гуманитарных знаний*

Модель управления конкурентоспособностью организаций индустрии гостеприимства на принципах комплексного подхода

Предложена модель управления конкурентоспособностью организаций индустрии гостеприимства, эффективность реализации которой заключается в получении эффекта синергизма от комплексного взаимодействия технических, экологических, экономических, организационных, социальных, психологических, политических аспектов деятельности гостиницы.

Ключевые слова: модель, комплексный подход, организации индустрии гостеприимства, принципы комплексного подхода, эффективность, механизм реализации.

Model of management of competitiveness of the organizations of the industry of hospitality on principles of the comprehensive approach

The model of management is offered by competitiveness of the organizations of the industry of the hospitality which efficiency of realization consists in receiving effect of a synergism from complex interaction of technical, ecological, economic, organizational, social, psychological, political aspects of activity of hotel.

Keywords: model, comprehensive approach, organizations of the industry of a hospitality, principles of a comprehensive approach, efficiency, realization mechanism.

Рост конкуренции во всех областях экономики, не оставляет без внимания и индустрию гостеприимства, которая также как и любая другая сфера экономики, нуждается в определенной структуре и целостности, которые обеспечивали бы ее конкурентоспособность. [1]

Центральным звеном функционирования индустрии гостеприимства являются гостиницы и аналогичные им средства размещения, одной из главных задач которых в современных условиях, является предоставление высочайшего уровня предлагаемого сервиса клиентам, удовлетворяющих их потребности.

В настоящее время на рынке гостиничных услуг наблюдается рост заинтересованности этим видом бизнеса, что говорит о спросе на данный вид услуг. Но, несмотря на интерес, имеют место и проблемы,

основная из которых заключается в неразвитости рынка гостиничных услуг в России. Причиной тому стало внедрение на российский рынок мировых лидеров гостиничного бизнеса, в виду чего отечественные предприятия, большей частью некатегоризованные, уступают свои позиции, отдавая им свой положительный наработанный опыт. Все это настоятельно диктует необходимость создания условий для развития конкуренции на российской рынке гостиничных услуг, поднятия престижа российских организаций индустрии гостеприимства за счет повышения их конкурентоспособности.

К менеджменту, как области управленческой деятельности в исключительно рыночных условиях, применяют различные подходы: комплексный, интеграционный, маркетинговый, функциональный, динамический, воспроизводственный, процессный, нормативный, количественный, административный, поведенческий, ситуационный, системный подходы, каждый из которых имеет свои области применения, свои механизмы реализации и свою эффективность. [2]

Рассмотрим составляющие комплексного подхода применительно к организациям индустрии гостеприимства на предмет определения их сущности и роли в обеспечении им конкурентных преимуществ. При применении комплексного подхода, должны учитываться технические, экологические, экономические, организационные, социальные, психологические, политические и иные аспекты менеджмента и их взаимосвязи. Если упустить один из них, то проблема не будет решена (рис. 1).

Сущность технического аспекта заключается в техническом оснащении гостиницы, и играет важную роль в обеспечении ее конкурентоспособности. Любое неисправное оборудование — это большое упущение, которое может негативно повлиять на мнение клиента. Это проявление неуважения и безразличного отношения к гостю. По состоянию материально-технической базы гостиницы можно судить о ее категоричности. О важности технического аспекта можно судить по вновь построенным гостиницам, в которых, как правило, сосредоточивают все силы на безупречности материально-технической базы. Не менее значимыми факторами являются предметный и функциональный аспекты материально-технической базы, такие как площадь номера, обстановка в номере, техническая оснащенность как отдельно взятого номера, так и гостиницы в целом. Различные на первый взгляд мелочи в совокупности могут составить достаточно сильное конкурентное преимущество, например, размер и тип кровати, количество полотенец в ванной комнате, наличие биде, модный дизайн номеров.

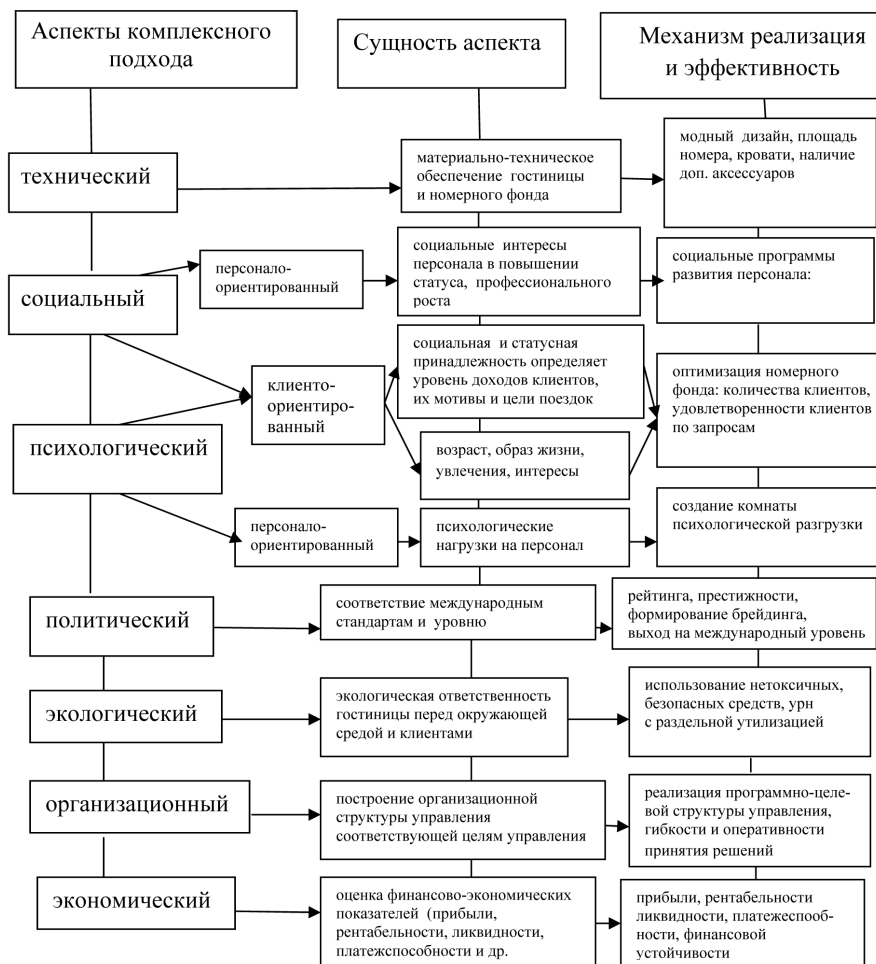


Рис. 1. Модель управления конкурентоспособностью организаций индустрии гостеприимства на принципах комплексного подхода

Таким образом, эффективность механизма реализации технического аспекта будет проявляться в обеспечении бесперебойного технического обслуживания клиентов, во внедрении новых технологий, в том числе и автоматизированных и информационных. Внедрение высокоскоростного и беспроводного подключения к сети Интернет помогает привлечь большое число организаторов IT-конференций. [3]

Экологический аспект проявляется в экологической ответственности гостиницы перед окружающей средой и клиентом, который реализуется посредством использования при уборке помещений нетоксичных, безопасных средств, установке в каждом номере и в холле гостиницы урн с раздельной утилизацией отходов. Результатом может стать экологически безопасная обстановка и снижение затрат на утилизацию отходов.

Психологический аспект зависит от эмоционального и психологического состояния клиента, а также персонала и его работы. Клиенто-ориентированный психологический аспект заключается в делении клиентов на группы по возрасту, образу жизни, увлечениям, интересам, отношениям с окружающими, что дает возможность менеджерам гостиницы наиболее выгодно представлять свой продукт различным сегментам потребителей. Персонало-ориентированный психологический аспект проявляется в и нервно-психических перегрузках, исключить которые можно за счет рационального построения программы обслуживания клиентов.

Политический аспект заключается в росте категоричности и ответственности гостиницы стандартам международного уровня, что способствует расширению контактов, заключению договоров с VIP-клиентами, созданию бренда.

Организационный аспект проявляется в обеспечении эффективного управления, ориентированного на максимально быстрое реагирование на запросы клиентов и их удовлетворение, что возможно при реализации адаптивной организационной структуры управления, гибко реагирующей на внешние и внутренние изменения. Слаженная работа специалистов отражается на конечном результате при обслуживании клиентов.[4]

С клиенто-ориентированной позиции социальный аспект заключается в том, что клиенты по социально-статусной принадлежности формируются в группы в зависимости от мотивов и целей поездок, уровня доходов. В гостиницах должны быть предусмотрены номера отвечающие запросам каждой группы клиентов. С другой стороны гостиничный бизнес уникален тем, что персонал — это часть гостиничного продукта. Социальный аспект с позиции персонало-ориентированного подхода включает обучение персонала, его профессиональную подготовку, повышение квалификации, дополнительное профессиональное образование, переподготовку персонала.

Экономический аспект является синтезом всех выше перечисленных аспектов, поскольку определяет результат финансово-хозяйственной деятельности гостиницы от организации услуг, обслуживания в сфере услуг, производственно-обслуживающего процесса организаций сферы услуг.

Реализация всех перечисленных аспектов в комплексе обеспечит экономическую стабильность за счет повышения прибыльности гостиницы, снижения затрат на оказываемые услуги, повышения рентабельности услуг.

Эффективность модели выражается в получении эффекта синергизма от комплексной реализации технических, экологических, экономических, организационных, социальных, психологических, политических аспектов, взаимосвязь и совместная реализация которых позволяет достигнуть эффективности функционирования гостиницы в рыночных условиях.

Используемые источники

1. Балашова Е. А. Гостиничный бизнес: как достичь безупречного сервиса. М.: Вершина, 2007.
2. В поисках фирменного стиля // Турбизнес. 2008. № 13. С. 14–17.
3. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме: Учеб. пособие. М.: Приор, 2008.
4. Родные стены // Турбизнес. 2008. № 2. С. 30–31.