

25
лет



Международная
Академия
Бизнеса

Сборник научных статей по теме
**Повышение конкурентоспособности
предприятий сферы услуг**

Алматы 2013

Сборник научно-практических материалов семинара на тему «Повышение конкурентоспособности предприятий сферы услуг» в рамках реализации фундаментального научного проекта: «Повышение конкурентоспособности гостинично-ресторанных услуг в преддверии проведения глобально значимых международных проектов (выставка «ЭКСПО 2017» и XXVIII зимней Всемирной универсиады 2017): концептуальные основы и механизм реализации».

Под редакцией: Смыковой М.Р. к.э.н., доцента
Момыновой С.А. к.э.н., доцента

Международная академия бизнеса

of the priorities. Once top management understands the internal and external driving forces that motivates people to perform at top level, there is greater possibility to run efficient and successful organization.

Therefore, understanding motivation and setting priorities of incentives as one of the leading ones, might help at attaining stated and desired goals efficiently. There is a high correlation between performance and productivity which is directly related to overall motivation within an organization.

References

1. Smirnova Y.V. Theory and Practice of Management II: Lecture book. – Almaty: Suleyman Demirel University, 2010. – 200 pages ISBN 9965-792-41-0
2. Andrew J. DuBrin (2003) Essentials of Management, 6e. South-Western College Publishing, Cincinnati, USA
3. Angelo Kinicki, Brian K. Williams (2008) Management. McGraw-Hill, New York, USA.

*Тулембаева А.Н., д.э.н., профессор, МАБ
Рахимбекова Ж.С., к.э.н., доцент МАБ
Липовка А.В., ст. преподаватель, МАБ*

Особенности управления предприятиями гостиничного сектора г. Алматы

Гостиничная сфера, как составная и основополагающая часть отрасли туризма, в современных условиях является динамично развивающимся сектором мировой экономики и эффективным источником валютных поступлений. В Послании Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана отмечено, что «ускоренное продвижение в сообщество пятидесяти наиболее конкурентоспособных стран мира связано с выходом казахстанских товаров и услуг на качественный уровень передовых международных стандартов» [1, с. 3]. Разрыв между мировыми тенденциями развития гостиничного сектора и его состоянием в Казахстане при наличии реальных резервов и потенциальных возможностей требует решения комплекса проблем организационно-экономического характера, к числу которых относятся неразвитость инфраструктуры туризма, низкий уровень сервиса, несоответствие качества оказываемых услуг уровню цен, низкий квалификационный уровень персонала и т.д. Решение этих проблем требует проведения анализа современного уровня управления гостиничными предприятиями.

Ра
значи
номер
пред
тем,
боль
допо
корп
она
номер
номер
1
пре
заг
163
дос
обс
пол
кор
кр
пр
ра
ра



Рисунок 1. Структура гостиничных предприятий по категориям на 1 октября 2013 г.

Рассматривая объем номерного фонда (рисунок 1) можно отметить, что значительная его часть расположена в гостиницах верхнего сегмента: доля номерного фонда 5* составляет почти 15%, а 4* - 34%, т.е. почти половина предприятий расположена в дорогом сегменте. Это связано, прежде всего, с тем, что инвесторы предпочитают вкладывать в элитные отели, требующую больших вложений, но и приносящую большие дивиденды, в том числе за счет дополнительных услуг: конференции, фуршеты, презентации и другие корпоративные мероприятия. Ниша 3-звездочных гостиниц наименее развита, она представлена на рынке гостиничными предприятиями с небольшими номерными фондами, исключением является гостиница «Алма-Ата» с номерным фондом 252 номера.

В г. Алматы 1 октября 2013 г. функционировало 85 гостиничных предприятий, с общим номерным фондом 5327 номеров. Коэффициент загрузки – 26,8%, объем услуг, оказанных местами размещения составил 16351107,5тыс.тенге. В целом, ценовая политика в г. Алматы остается достаточно высокой, хотя зачастую не соответствуют по уровню качества обслуживания. Большинство гостиничных предприятий по-прежнему поддерживают высокие цены на номера, хотя и предоставляют существенные корпоративные скидки и готовы обсуждать более приемлемые условия с крупными заказчиками. У многих гостиниц существуют специальные программы лояльности для корпоративных клиентов, специальные условия размещения.

Таким образом, управление в гостиничной индустрии г. Алматы можно разделить на три группы:

1. Управление гостиницами с участием иностранного менеджмента (высококласные международные отели уровня 4–5 звезд), к ней относятся: «Ритц Карлтон», «Интерконтиненталь Алматы», «Риксос», «Роял Тулип», «Рахат Палас», «Нолидей Инн», и др., которые представлены высокими

ценами за проживание, обладают современной материально-технической базой и являются самыми конкурентоспособными на рынке, имеют высокие показатели загрузки номерного фонда, качества обслуживания, следовательно, рентабельности и финансовой устойчивости. Средняя стоимость проживания в стандартном номере составляет: 65360 тг., 52600тг., 51700тг., 40740тг, 34960тг. и 39520тг. соответственно, то есть средняя стоимость за проживание на 1 января 2014г. – 40735тг.

2. Гостиницы, представленные местным топ-менеджментом, к ним относятся: «Достык», «Казахстан», «Астана Интеротель», «Айсер», «Аль-Фараби», «Казжол» и др. Данные гостиницы характеризуются большим разбросом цен (от 100 до 260 у.е. на 1 января 2014 г.), степенью износа номерного фонда, качеством обслуживания и финансовой устойчивостью.

3. Управление ведомственными гостиничными предприятиями, к ней относится гостиница без категории «Алия» и др., для гостиниц такого типа характерны: средние показатели загрузки и рентабельности, вследствие невысоких цен за размещение, большой разброс показателей качества обслуживания. Основными проблемами являются: изношенная и устаревшая материально-техническая база, невысокая заработная плата работников, следовательно, нехватка квалифицированного персонала.

В целях выявления степени удовлетворенности посетителей качеством оказанных гостиничных услуг были проведены маркетинговые исследования среди посетителей гостиниц г. Алматы («Айсер», «Казжол», «Алия») соответствующих разным категориям и месторасположению. В анкету был включен вопрос: «Выберите один из наиболее значимых факторов, который влияет на качество гостиничных услуг?» Результаты опроса посетителей (гостей) гостиниц представлены в таблице 2, где указаны порядковый номер каждого фактора, его наименование и значимость его влияния на качество гостиничных услуг.

Таблица 1 – Значимость факторов, влияющих на качество гостиничных услуг

№ п/п	Наименование фактора	Значимость фактора	
		человек	в процентах
1	Расположение	39,0	13,0
2	Качество питания	57,0	19,0
3	Безопасность	72,0	24,0
4	Компетентность персонала	33,0	11,0
5	Предложение дополнительных услуг	3,0	1,0
6	Чистота в номерах	30,0	10,0
7	Вежливость и доброжелательность персонала	12,0	4,0
8	Интернет	3,0	1,0
9	Типина и поведение соседей	51,0	17,0

Ранжирование ответов респондентов выявило, что 24% респондентов выбрали значимым фактором, как безопасность, 19% – качество питания, 17% – тишину, 13% – расположение, 11% – компетентность персонала, 10% – чистоту в номере, 4% – вежливость и доброжелательность персонала, по 1% за доступ к Интернету и наличие дополнительных услуг. Для выявления факторов, влияющих на качество гостиничных услуг составлена таблица 2, где приведены данные в порядке убывания значимости факторов.

Таблица 2 – Факторы, влияющие на качество гостиничных услуг

№ фактора, в соответствии с табл. 1	Наименование фактора	Значимость фактора		Кумулятивная значимость чел	Кумулятивная значимость трех
		человек	в процентах		
3	Безопасность	72	24,0	72 (24%)	Группа «А» 180 (60%)
2	Качество питания	57	19,0	129 (43%)	
9	Тишина и поведение соседей	51	17,0	180 (60%)	
1	Расположение	39	13,0	219 (73%)	Группа «В» 102 (34%)
4	Компетентность персонала	33	11,0	252 (84%)	
6	Чистота в номерах	30	10,0	282 (94%)	
7	Вежливость и доброжелательность персонала	12	4,0	294 (98%)	Группа «С» 18 (6%)
8	Интернет	3	1,0	297 (99%)	
5	Предложение дополнительных	3	1,0	300 (100%)	
	Итого	300	100,0	300 (100%)	

Эти выводы подтверждаются и показателями кумулятивной значимости трех групп факторов, которые рассчитаны следующим образом:

– общая значимость «А» группы объединила факторы с наибольшей значимостью, которая составила 180 (60%); хотя эта группа включает в себя три фактора, т.е. 33,3% от общего числа (9);

– общая значимость «В» группы объединила факторы со средней значимостью, которая составила 102 (34%); эта группа включает в себя также три фактора, т.е. 33,3% от общего их числа;

– общая значимость «С» группы, объединила факторы с малой значимостью, которая составила 18 (6%); эта группа включает в себя также три фактора, т.е. 33,3% от общего их числа.

Анализ результатов показал, что гостиничным предприятиям необходимо уделять должное внимание таким характеристикам, как безопасность,

качество питания и спокойная атмосфера.

На основе таблицы 2 построена простая и кумулятивная диаграмма Парето (рисунок 1). Среди факторов, оказывающих наибольшее влияние на качество гостиничных услуг, на первом месте стоит фактор безопасности. Теперь с помощью причинно-следственной диаграммы Исикавы можно выявить истоки проблем, связанных с безопасностью в гостинице.

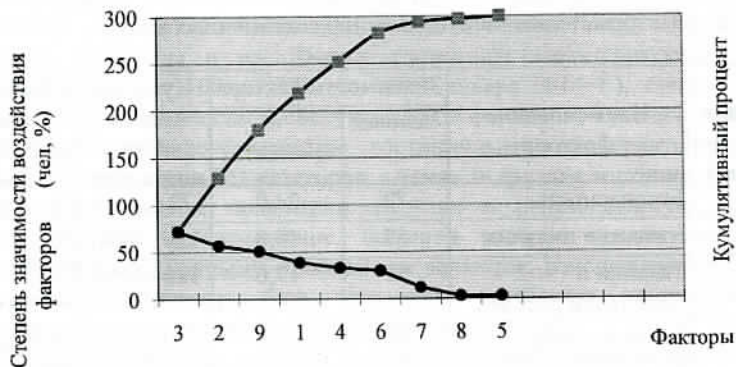


Рисунок 1 – Простая и кумулятивная диаграммы Парето

В гостиничных предприятиях имеются зоны особого внимания с точки зрения обеспечения безопасности, и перед администрацией стоят следующие конкретные задачи: контроль за хранением ключей, безопасность жилых помещений, разработка мероприятий на случай экстренных ситуаций, контроль за посторонними лицами. Каждая из этих задач решается конкретным контингентом работников с использованием специального оборудования. Требуется определенный уровень управления работниками.

Таким образом, проведя исследование особенностей управления предприятиями гостиничного сектора можно сказать, что управление предприятиями с участием иностранного менеджмента является самым эффективным, принадлежат к гостиничным цепям и имеют международный опыт управления. Для частных предприятий необходимо улучшать качество обслуживания, обновлять материально-техническую базу и разрабатывать стратегии развития услуг, соответствующие современным требованиям. Стратегическими направлениями развития гостиниц ведомственного подчинения должны стать совершенствование существующей системы управления для повышения качества обслуживания путем финансирования программ капитального ремонта и реконструкции зданий, активного продвижения услуг на рынок и возможности перехода в систему частного управления.

Литература:

1. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана «Новый Казахстан в новом мире». – Казахстанская правда, 2007, 1 марта.– с.4.
2. www.stat.gov.kz