



УДК 338.24

© Лю Цзин

**СТРАТЕГИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА  
В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

*Аннотация: в статье рассматриваются основные тенденции развития индустрии гостеприимства. Клиентоориентированный подход рассматривается как фактор повышения конкурентоспособности предприятий сферы гостиничных услуг. Для реализации стратегии клиентоориентированного подхода необходимо формирование и развитие общекультурных и профессиональных компетенций персонала.*

*Ключевые слова: индустрия гостеприимства, клиентоориентированный подход, управление персоналом, формирование компетенций.*

© Liu Jing

**STRATEGY CUSTOMER-ORIENTED APPROACH  
IN HOSPITALITY**

*Abstract: The article considers the main trends in the hospitality industry. Customer-oriented approach is seen as a factor in increasing the competitiveness of enterprises in the sphere of hotel services. For the implementation of the strategy of client-oriented approach is necessary to the formation and development of common cultural and professional competence of staff.*

*Keywords: hospitality, customer-oriented approach, human resource management, the formation of competencies.*

Рынок гостиничных услуг, предоставляемых на уровне западных стандартов, в России стал складываться с 1993 года. В настоящее время гостиничный рынок России составляет немногим более 1% мирового гостиничного рынка, однако он имеет огромный потенциал для роста. Показатели деятельности гостиничных



предприятий и процессы, характеризующие современный этап развития гостиничного бизнеса в стране, свидетельствуют о том, что гостиничная индустрия в Российской Федерации находится на стадии формирования [1, с. 55].

Широкий спектр стратегий развития гостиничных сетей определяется не только особенностями гостиничного продукта и спецификой гостиничной отрасли, но и самим характером конкуренции в гостиничном бизнесе.

Е.Л. Путилина рассматривает классификацию стратегий развития международных гостиничных сетей по шести видам: стратегия роста и структурных изменений, географии и масштаба операций, сегментирования, правовых основ операций, лидерства по издержкам, брендинга [2, с. 24-25]. Однако реализация данных стратегий возможна только при наличии персонала с соответствующими общекультурными и профессиональными компетенциями.

В индустрии гостеприимства роль человеческих ресурсов значительна, так как решающая роль в обслуживании клиентов принадлежит персоналу гостиничного предприятия. Поэтому исследования, посвященные совершенствованию использования человеческих ресурсов на предприятиях сферы гостиничных услуг, являются актуальными.

Теоретические и методические исследования, затрагивающие вопросы управления человеческими ресурсами, нашли отражение в трудах российских и зарубежных, в том числе китайских ученых. Изучению различных аспектов этой проблемы посвящены научные труды таких авторов как: Авдокушин Е.Ф., Еремина Б.Л., Базаров Т.Ю., Веснин В.Р., Кафидов В.В., Кибанов А.Я., Илун Я., Ли Ян В., Ло Лин В., Ми Я., Янг Л., Янь Л. и др. Вместе с тем, можно отметить, что в исследованиях ученых недостаточно подробно исследуется комплекс управления человеческими ресурсами в сфере гостеприимства.

Анализ мировых тенденций в индустрии гостеприимства позволяет сделать вывод, что эта сфера деятельности демонстрирует стремительные темпы развития. Основным фактором является развитие сферы путешествий и туризма. Прямые путешествия и туризм вклад включает в себя товары, транспорт, жилье,



развлечения и аттракционы этих отраслей: услуги размещения, питание и напитков, розничной торговли, транспортных услуг и культурных, спортивных и рекреационных услуг.

С 2006 по 2015 гг. прямой экономический вклад сферы путешествий и туризма в развитие мировой экономики составил 2160 трлн. долл. США. В 2015 году по экспертным оценка прямой вклад в формирование ВВП составит 2,23%, общий вклад 7,17% % [3].

М. Павлова, Е.Ю. Никольская отмечают, что за последние десятилетия отношение к работникам индустрии гостеприимства резко изменилось; произошел переход от понятия «кадры» и «персонал» к понятию «человеческие ресурсы», которые нужно самостоятельно формировать, эффективно использовать и обеспечивать их развитие в соответствии со стратегией предприятия. В связи с этим, возникает необходимость поиска новых механизмов эффективного управления персоналом гостиничных предприятий для обеспечения конкурентного преимущества в долгосрочной перспективе, которая позволит своевременно формировать, использовать и развивать кадровый потенциал гостиничного предприятия [4].

В настоящее время в гостиничном бизнесе выбор потребителя услуги определяется не столько качеством продукта или услуги, сколько уровнем дополняющего его сервиса. По мнению Каллас А.Л. сервис обеспечивает устойчивые конкурентные преимущества за счет нескольких уровней [5, с. 18]:

Базовый уровень, предполагающий вежливое обращение и индивидуализацию при обслуживании клиента. Сейчас это минимальное требования практически для всех отраслей сферы услуг.

Второй уровень определяется возможностями персонала предприятия разрешать конфликтные ситуации и реагировать в нестандартных ситуациях.

Третий уровень связан с проявлением инициативы со стороны персонала предприятия. Этот уровень сервиса обеспечивает успешность в деятельности предприятия за счет персонализации отношений с клиентом, понимания и

удовлетворения его перспективных потребностей, что, в свою очередь, обуславливает удержание клиента в долгосрочном периоде.

Следовательно, одним из ключевых условий успешности предприятия в индустрии гостеприимства становится постоянная работа по совершенствованию обслуживания клиентов, которое в равной степени должно опираться как на имеющийся трудовой потенциал, так и на совершенствование бизнес-процессов. Такой подход называется клиентоориентированным.

Предложение товаров и услуг, реализующих потребительскую и ценностную позиции клиента, требует интеграции человеческого и клиентского потенциала (рис.1).



Рис. 1. Клиентоориентированная стратегия бизнеса [4, с. 21]

Стратегия клиентоориентированности должна привести к созданию человеческих ресурсов, способных обеспечить основную долю прибыли предприятия за счет обслуживания постоянных клиентов.

Таким образом, клиентоориентированный подход рассматривает клиентов, как основной ресурс организации, обеспечивающий ее прибыльность, эффективность и конкурентоспособность. Этот стратегический подход к развитию организации требует формирования и развития общекультурных и профессиональных компетенций персонала индустрии гостеприимства.



**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Путилина Е.Л. Прикладные конкурентные стратегии российских организаций индустрии гостеприимства // Инновации и инвестиции. – 2014. – №10. – С. 54 – 61.
2. Путилина Е.Л. Формирование и развитие национальных гостиничных сетей в России: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М.: ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления», 2011. – с. 167 [Электронный ресурс] URL: <https://guu.ru/files/referate/putilina.pdf> (дата обращения 23.05.2016 г.).
3. Портал STATISTA / Экономический вклад путешествий и туризма в ВВП по всему миру 2006-2015 [Электронный ресурс] URL: <http://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide> (дата обращения 11 мая 2016 г.).
4. М. Павлова, Е.Ю. Никольская. Особенности системы управления персоналом в индустрии гостеприимства / Инновационная наука. – Вып. № 3 (15). – 2016 [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sistemy-upravleniya-personalom-v-industrii-gostepriimstva> (дата обращения 02.06.2016 г.).
5. Каллас А.Л. Трудовой потенциал в системе управления человеческими ресурсами предприятий индустрии гостеприимства: дис. ... канд. экон. наук. СПб.: СПбГУ, 2016. – С. 167 [Электронный ресурс] URL: <http://unecon.ru/sites/default/files/disskallasal.pdf> (дата обращения 01.06.2016 г.).

Автор: Лю Цзин

Место учебы: Бурятский государственный университет, ИЭУ, кафедра менеджмента, гр. 11240м

Научный руководитель: д.э.н., проф. кафедры менеджмента  
М.В. Намханова.



**ИЗВЕСТИЯ**

**ИНСТИТУТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

**Бурятского государственного университета**  
5/2016

Author: Liu Jing

Place of study: Buryat State University, IED, Department of Management, с.  
11240m

Supervisor: prof. management Department

MV Namhanova.

