

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМИ И РЕСТОРАННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ**Богданова Снежана Александровна***snezhanabogdanova_2002@mail.ru*Студентка специальности 6В11103-Гостиничное и ресторанное дело ЕНУ им. Л. Н. Гумилева,
Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – В. Т. Балгабаева

В настоящее время сфера гостеприимства – это одна из наиболее развивающихся отраслей экономики. В связи с этим, в этом сегменте существует достаточно сильная конкуренция. Сейчас все больше и больше строятся и реконструируются отели и рестораны. В Казахстане также быстро развиваются малые рестораны и средства коллективного размещения. В то же время, усиление конкуренции на казахстанском рынке ресторанно-гостиничного бизнеса требует повышения эффективности и совершенствования технологий управления данных предприятий.

Современная индустрия гостинично-ресторанного бизнеса за последние годы претерпела весьма существенные изменения в связи с внедрением новых компьютерных технологий. Желая поднять престиж своей гостиницы или ресторана, обеспечить четкость и оперативность обслуживания клиентов, наладить контроль за действиями персонала и т.п., руководитель предприятия приходит к мысли о необходимости приобретения и последующего внедрения автоматизированной гостиничной системы. Успешное функционирование любой фирмы на рынке гостеприимства практически невозможно без использования современных информационных технологий. Современные технологии управления помогают быстро и оперативно обеспечить быстрое резервирование и бронирование мест для гостей, разместить туристов, а также автоматизировать решения вспомогательных задач при предоставлении туристских услуг (параллельное оформление таких документов, как билеты, счета и путеводители, обеспечение расчетной и справочной информацией и др.). Это достижимо при условии широкого использования в сфере гостеприимства современных компьютерных технологий обработки и передачи информации.

Подавляющее большинство ресторанов и гостиниц испытывают проблемы в сфере использования современных и высокоэффективных технологий управления. Данная ситуация обусловлена низким уровнем использования, как отечественных, так и зарубежных технологий управления предприятий. Кроме того, современные технологии управления персоналом во многом связаны с использованием информационно-коммуникационных инноваций, возможностей, открывающихся с внедрением новых информационных технологий. Выше сказанное обосновывает актуальность, а также теоретическую и практическую часть изучения проблемы в моей работе.

Инновации в сфере гостеприимства

Инновацию в сфере гостеприимства можно определить, как нововведение, реализуемое на практике в виде нового или улучшенного продукта, процесса или метода, созданное в результате внедрения новых идей и знаний для лучшего удовлетворения потребностей клиентов гостиничного предприятия.

Инновации в сфере гостеприимства и туризма обычно реализуются в следующих областях:

Инновации в продукте - предложение принципиально нового продукта или услуги, например, арктические туры, гипоаллергенный номер в отеле;

Инновации в процессе - новшества в процессе оказания услуги, например, предоставление услуг роботами;

Инновации в управлении - создание новых структур управления отелем, новых требований для должностей;

Инновации в бизнес-модели - принципиально новые подходы в сотрудничестве с другими фирмами и взаимодействии с клиентами;

Инновации в маркетинговой деятельности - это новые подходы к ценообразованию, специальные предложения для клиентов, предоставление новых возможностей для оплаты услуг;

Инновации в самой концепции гостиничного предприятия (например, новые типы отелей, необычный дизайн, стиль, месторасположение и т.д.);

Инновации в области информационных технологий (системы управления ресурсами предприятия, системы бронирования в реальном времени через интернет и другие);

Инновации в области мультимедийных технологий (особенно популярны в последнее время каталоги и буклеты в Интернете, виртуальные 3D туры);

Инновации в области безопасности (электронные сейфы и замки, автоматизированные системы пожарной безопасности и др.);

Инновации в области пиар деятельности (необычные презентации и рекламные мероприятия).

Инновационные методы стимулирования сбыта в индустрии гостеприимства представляют собой создание новых каналов сбыта, разработка инновационных процессов и методов, позволяющих эффективно продавать гостиничные услуги. [1]

Одним из популярных методов стимулирования спроса являются программы лояльности предприятий гостиничной индустрии. Они оказывают большое влияние на спрос. Цель таких программ лояльности - завоевать доверие клиента, сделать его постоянным гостем своего предприятия. Суть такой программы в предоставлении различных скидок на услуги гостиницы или ресторана, или это может быть предоставление бесплатных авиабилетов в партнерстве с авиакомпаниями подарков, дополнительных привилегий и т.д.

Мобильные приложения для гостиниц также помогают увеличить количество клиентов. Наиболее распространены приложения для бронирования номеров. Преимуществами мобильного приложения можно назвать удобство и быстроту бронирования.

Основной тенденцией в последнее время является продвижение гостиничного продукта в сети Интернет. Для этого гостиницы создают свои сайты и мобильные приложения, а также электронные каталоги с подробным описанием предприятия и предоставляемых услуг. [2]

Анализ основных инноваций зарубежного и казахстанского опыта в гостиничных сетях

Многие зарубежные гостиничные сети, такие как Radisson, Rixos, уже внедрили на своих сайтах интересное новшество - виртуальный тур по гостинице. С помощью данного нововведения потенциальный клиент может «прогуляться» по гостинице, посмотреть гостиничные номера, рестораны и т.д. Эти отели также есть у нас в Казахстане со всеми внедренными инновациями.

Гостиничные предприятия постоянно совершенствуют процессы оказания услуг и внедряют инновации в эти процессы.

Например, казахстанские отели известных гостиничных брендов таких как Хилтон, Марриотт установили в лобби отелей терминалы, в которых можно приобрести посадочный талон на авиабилеты и распечатать его.

Сеть St. Regis предлагает своим постояльцам новую услугу: беспроводную связь с обслуживающим персоналом с помощью персональных планшетов.



Рис. IT-технологии и инновации в гостиничном бизнесе

Роботы в гостинице являются своеобразным маркетинговым ходом, привлекающим новых клиентов. С помощью внедрения роботизированной техники предприятие создает себе имидж гостиницы, в которой обслуживают по последнему слову техники. В Японии открылся отель Henn na, где 90% персонала заменили роботы.

Робот-дворецкий проходит испытания в калифорнийском отеле сети Starwood. Робот может свободно перемещаться по гостинице, вызывать лифты, доставлять еду и небольшие вещи в номера. При этом он оснащен специальными датчиками, реагирующими на движения, которые позволяют ему не сталкиваться с посетителями. С помощью сенсорного экрана гость может подтвердить доставку заказа и оценить робота.

В нью-йоркском отеле Yotel создали робота, который носит багаж гостей. Робот создан со специальной механической рукой, с помощью которой он берет багаж гостя и перемещает его багаж в секции хранилища багажа и, когда это требуется, возвращает. [3]

В Казахстане еще не создавали таких роботов, но мы стремимся к этим новшествам.

Таким образом, инновационная деятельность зарубежных предприятий индустрии гостеприимства реализуется в различных областях. Результатами такой деятельности можно назвать повышение объема продаж, улучшение качества сервиса и оптимизацию маркетинговых затрат.

В заключение своей работы, я хотела бы ответить на один вопрос. Для чего же все-таки нужны инновации в сфере гостеприимства?

За последние десятилетия ничто так не способствовало успешному развитию экономики стран во всем мире как различные технологические инновации. Технический прогресс позволяет создавать новые и улучшать работу существующих предприятий в сфере гостеприимства.

Сейчас уже трудно представить, как могли функционировать отели, санатории, рестораны, туристические фирмы и другие компании без информационных технологий.

Также, я хотела бы сказать, что инновации в гостинично-ресторанной сфере нужны, в первую очередь, для того чтобы предприятие могло соревноваться с конкурентами, так как сфера услуг очень уязвима к конкуренции. Большинство гостей привлекают именно отели или рестораны с хорошим набором услуг. И в условиях высокой конкуренции, предприятия

гостеприимства прилагают максимум усилий для того чтобы предоставлять и реализовывать уникальные услуги, с целью добиться преимущества перед конкурентами.

Также руководителям гостиниц и ресторанов не нужно забывать, что, какими бы не были их инновации, важнейшую роль в привлечении потенциального клиента играет реклама. Отель должен грамотно организовывать PR-деятельность предприятия, ответственно подходить к созданию сайта, печати рекламных брошюр и листовок.

Подводя итоги вышесказанного, можно сказать, что данная работа раскрывает сущность гостиничных и ресторанных инноваций, дает определение основным понятиям. В данной статье приведены примеры инноваций зарубежных и казахстанских гостиничных сетей. Также подробно детализированы основные методы внедрения нововведений и способы привлечения и удержания потенциальных клиентов.

Список использованных источников

1. Игнатьев А.А. Инновационная концепция современного туризма: - М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2007.
2. Гареев Р.Р. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. Пособие.: - М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2015.
3. Ковалев Д.А. Мировая индустрия владения отдыхом: учеб. пособие. - М.: Университетская книга, 2003.

ЭОЖ 640 (075.8)

МЕЙРАМХАНА ЖӘНЕ ҚОНАҚ ҮЙ СЕРВИСІНІҢ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ МӘДЕНИЕТІНІҢ ҚЫР-СЫРЫ

Бурханова Малика Айболқызы

mvvux7@mail.ru

«Қонақ үй және мейрамхана ісі» мамандығының 2-ші курс студенті,
Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі – А.Т. Тлеубаева

Қызметкерлер үшін психологиялық мәдениеттің маңызы өте зор. Клиенттердің өсіп келе жатқан қажеттіліктерін қанағаттандыру - қызмет көрсету секторы мен оның әр кәсіпорнының маңызды міндеті. Сатудың сәттілігі мен кәсіпорынның имиджі осыған байланысты. Психологияны білу - байланыс аймағының қызметкерлеріне өз жұмыстарын сәтті орындауға көмектеседі.

Мейрамхана мен қонақ үй қызметкерлері арасында клиенттерге қызмет көрсетудің кәсіби дағдыларын қалыптастырудың қазіргі кездегі ең өзекті мәселесі кәсіптік оқыту мен осы саладағы мамандарды кәсіби оқытудың психологиялық негіздерін зерттеу болып табылады. Сондықтан, қызмет көрсету сапасы көбінесе қызмет көрсетуші қызметкер мен тұтынушының өзара әрекеттесу сипатына, қызметкердің кәсіби дайындығына, оның жеке ерекшеліктері мен мезеттік көңіл-күйіне байланысты болады [1]. Шын мәнінде, қызмет көрсету сапасы қызмет көрсету мәдениетінің маңызды құрамдас бөлігі болып табылады.

Қазіргі уақытта мейрамхана және қонақжайлылық менеджерлерінің кәсіби қызметіндегі тиімді мінез-құлық дағдыларын дамыту мәселелері ғылымда толығымен дамымаған. Ұзақ уақыт бойы осы кәсіпорындардың қызметкерлерін оқыту кезінде тұтынушыларға қызмет көрсетудің кәсіби дағдыларын қалыптастырудағы басты назар - қызмет көрсету және басқару процесінің технократтық құрамына аударылған болатын. Қызметкерге әртүрлі технологиялық операцияларды дұрыс орындауды үйрету маңызды болды, мысалы, дастархан жаю, тапсырысты ұсыну, брондау, бөлме тазалау, қонақжайлылық кәсіпорындарын басқарудың ақпараттық жүйелерімен жұмыс жасау және т.б.

Алайда, тәжірибе көрсеткендей, гуманитарлық компоненттің үлесі, яғни қонақтармен байланыс процесі - қызметкерлердің мінез-құлқы, қонақтардың көрсетілетін қызметтер