

УДК 640.4-027.542

О.Г. Солнцева

М.С. Мещерякова

Oksana Solntseva

Marina Mescheryakova

ОСОБЕННОСТИ МЕНТАЛИТЕТА ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ РОССИИ

Аннотация. В статье представлены аргументы, обосновывающие необходимость комплексного воздействия на менталитет русского человека с целью минимизации его негативного влияния. Предложены и рассмотрены три разных по направленности программы, способные изменить существующую ситуацию на рынке. Аргументирована целесообразность внедрения подобных инноваций.

Ключевые слова: туристский бизнес, организация мероприятий, менталитет русского человека, мотивация, инновации.

THE MENTALITY OF THE STAFF IN THE HOTEL INDUSTRY OF RUSSIA

Annotation. This article presents arguments justifying the need for an integrated impact on the mentality of the Russian people to minimize its negative effect. Three different programs aimed at changing the existing situation on the market were proposed and considered. The expediency of introduction of such innovations is argued.

Keywords: tourist business, organization of events, mentality of Russian people, motivation, innovations.

Туристский бизнес включает в себя множество взаимосвязанных отраслей. Одной из важнейших является индустрия гостеприимства, которая выступает в роли «сердца» туристского бизнеса. На первый взгляд гостиничная индустрия кажется легкой в управлении и привлекательной с точки зрения получаемой прибыли. Действительно, казалось бы, сотни тысяч туристов, путешествующих ежегодно – огромная прибыль, которая «сама идет в руки». К тому же в современном мире все большую и большую популярность приобретают деловые мероприятия, в качестве площадок для которых клиенты выбирают гостиницы бизнес-класса.

Не секрет, что грамотно спланированная коммуникация способствует приближению к поставленным целям, а в мире бизнеса невозможно быть успешным и находиться в изоляции от партнеров и клиентов. Соответственно, люди из мира бизнеса вынуждены прибегать к организации деловых мероприятий с целью решения ряда ключевых задач. Однако впечатление безоблачности и простоты управления ложно, особенно на российском рынке. Акцентируя внимание на отечественном рынке гостиничных услуг, стоит отметить, что на сегодняшний день у нас существует ряд проблем, с решением которых не стоит затягивать [4]. Помимо различных причин их возникновения, все эти проблемы имеют один обобщающий фактор – менталитет русского человека.

Менталитет, в свою очередь, представляет собой совокупность различных культурных особенностей и установок. В связи с этим хотелось бы затронуть такие важные вопросы, как грамотная организация деятельности и применение актуальных новшеств, как движущая сила, способная удовлетворить сотрудников и принести прибыль компании, и мотивация сотрудников и ее роль в борьбе с негативным действием менталитета.

Цель исследования заключается в поиске актуальных и действенных способов устранения негативно действующих факторов на дальнейшее развитие отечественного рынка гостиничных услуг.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что объекты индустрии гостеприимства создают имидж страны, поэтому важно следить за изменениями и новинками, применять их в своей деятельности, повышая тем самым уровень сервиса и минимизируя влияние менталитета.

По образу действий русского человека можно назвать консерватором, что выражается в сопротивлении любым изменениям, а зачастую даже в нежелании их принять и изменить привычный уклад. Нельзя не отметить, что сегодня в России существует огромное количество отелей, работающих «под флагом» крупных гостиничных сетей. И кажется, что к этому сегменту рынка гостиничных услуг проблема менталитета не имеет отношения, так как существуют определенные «брендовые» нормы, обязательные к исполнению. Однако, и здесь не все так гладко, как хотелось бы. Действительно, стандарты сети выполняются, но все, что выше пометки «обязательно» остается без внимания.

По сути нам не нужно даже ничего придумывать, хотя бы просто активно использовать то, что уже придумали до нас, чтобы «идти в ногу со временем» и составлять достойную конкуренцию западным отелям. Так, например, сеть отелей Marriott активно использует весьма интересную программу – *meetings imagined* – которая позволяет получить актуальные советы и узнать о последних тенденциях от экспертов в сфере организации торжественных и деловых мероприятий [7]. Однако в России среди отелей данной сети эта программа не пользуется популярностью и должным интересом.

Почему так важно научиться использовать подобные инструменты в своей деятельности? Дело в том, что привыкшие к определенному уровню сервиса иностранные туристы ожидают увидеть то же самое и на российском рынке гостиничных услуг. Обнаружив низкий уровень сервиса и использование давно устаревших норм, гость вряд ли вернется к нам, а что еще хуже – сделает не самую лучшую рекламу в своих кругах.

Другой проблемой является недостаточная мотивация персонала. Например, за границей существует особая система поощрений, которые стараются заслужить сотрудники. У нас же за основу принята «карательная» система – т.е. сотрудника ругают за ошибки, а за достижения он не получает никакой похвалы.

Важность мотивации персонала для достижения эффективной организации деятельности отмечали в своих трудах еще Ф. Тейлор, который выступал за поощрение наиболее инициативных и трудолюбивых сотрудников и В. Врум, подчеркивавший в своих исследованиях, что максимально продуктивно сотрудники будут работать только в случае, когда у них есть уверенность, что их надежды оправдаются [3]. Поэтому, согласно теории ожидания, успешный руководитель должен уметь показать своим подчиненным, что все их усилия, направленные на реализацию задач и достижение целей организации, в скором времени приведут и к достижению их собственных целей.

Со времен Ф. Тейлора многое изменилось, но значимость мотивации осталась неизменной. Мотивированные сотрудники по-прежнему работают в разы лучше немотивированных, что чрезвычайно важно в гостиничной сфере. Гораздо приятнее быть гостем отеля, персонал которого вам действительно рад, как и должно быть в каждой гостинице.

Все вышесказанное свидетельствует о необходимости введения в действие определенных инноваций, которые помогут вывести отечественный рынок гостиничных услуг на новый уровень. Надо быть готовым к переменам, не заикливаться на опыте прошлых поколений и быть открытым для использования современных программ и технологий, если это действительно может помочь побороть негативную сторону менталитета русского человека, сохранив при этом нашу гостеприимность.

Индустрия гостеприимства – это мощная система хозяйства региона и важный составляющий элемент экономики, из этого следует, что «здоровье» национальной экономики очень сильно зависит от воздействия различных факторов. Для российского рынка гостиничный бизнес представляет огромный потенциал, направленный на развитие экономики страны. Объекты индустрии гостеприимст-

ва создают имидж региона, поэтому важно следить за изменениями и новинками гостиничного бизнеса, применять их в деятельности, повышая тем самым уровень сервиса и минимизируя влияние менталитета. Так как любые изменения в экономике отдельных регионов непосредственно и в значительной мере влияют в целом на ситуацию в России [2].

Подробное изучение и сравнительный анализ деятельности ряда гостиничных сетей за рубежом и в России позволяет разработать первоначальный «пакет инноваций» для внедрения на отечественный рынок гостиничных услуг. В него входит три разных по направленности программы [1]:

- 1) «Designer of your event» – гостиничное приложение, которое поможет гостям самостоятельно «конструировать» мероприятие;
- 2) «Be in touch» – гостиничное приложение, которое поможет удовлетворить любой запрос организатора в максимально сжатые сроки;
- 3) «Work hard and travel brilliantly» – специализированная программа мотивации для сотрудников отдела по организации мероприятий.

В качестве обоснования необходимости применения вышеперечисленных инноваций следует привести их общие характеристики. Эти показатели наглядно продемонстрируют тот эффект, который можно будет достичь посредством применения специализированных новшеств.

Итак, первая инновация – «Designer of your event» – носит вид приложения, которое будет доступно для скачивания на любой операционной системе с официального сайта компании. Провести сравнение с подобными отечественными или мировыми аналогами не представляется возможным, поскольку это абсолютно новый формат программы, ранее не использовавшийся в сфере гостиничного бизнеса. Именно это и делает приложение еще более привлекательным для потребителей.

Стоит отметить, что потребителями данного приложения станут: новые клиенты гостиницы, которые абсолютно не знакомы с площадками отеля и прочей информацией о нем, постоянные клиенты отеля, для которых приложение станет приятным бонусом и способом привнести в свои мероприятия что-то новое, сами координаторы мероприятий, поскольку оттуда они будут получать полную информацию от клиента, необходимую для организации конкретного мероприятия.

В последнее время требования клиентов возрастают с каждым днем, удивить их чем-то новым крайне сложно, но приложение «Designer of your event» сможет справиться с этой задачей. Соответственно, приятно удивленные клиенты вознаградят компанию повышением своей лояльности к ней.

Акцентируя внимание на преимуществах, которые данное приложение способно будет обеспечить своим пользователям, во-первых, стоит отметить то, что оно поможет клиенту: ознакомиться с имеющимися площадками отеля с помощью 3D экскурсии, самостоятельно составить индивидуальный конференц-пакет, создать рассадку гостей для своего мероприятия, выбрать имеющееся меню или создать его на свой вкус, уточнить наличие свободных залов на конкретную дату, ознакомиться с ценами и получить «счет» на собственноручно созданный конференц-пакет, записать все свои пожелания в специально отведенном поле.

В то же время значительно облегчена будет работа координатора мероприятий, поскольку подобное приложение сможет: исключить огромное количество звонков с просьбой предоставления информации об имеющихся площадках для проведения мероприятий, меню, ценах и пр., исключить необходимость частых экскурсий по отелю с целью ознакомления с площадками, объединять в себе всю необходимую информацию от гостя.

Таким образом, приложение «Designer of your event» сможет частично «разгрузить» координаторов мероприятий. Это, в свою очередь, позитивно отразится на показателях удовлетворенности как работников компании, так и клиентов, поскольку удовлетворенный своей работой координатор будет с большим энтузиазмом выполнять остальные обязанности и поспособствует тем самым возникновению положительного мнения о компании у посетителей гостиницы.

Второе новшество – «Be in touch» – гостиничное приложение, которое поможет удовлетворить любой запрос организатора в максимально сжатые сроки. Так же, как и первая инновация, носит вид приложения доступного для скачивания с официального сайта компании. В отличие от «Designer of your event» данная программа предназначена работать не на период подготовки к мероприятию, а на время его непосредственного проведения. В качестве неоспоримых преимуществ можно выделить высокую скорость передачи сообщений, что может гарантировать обратную связь именно в момент возникновения проблемы, а не тогда, когда ее решение уже не актуально. Помимо прочего данная программа позволит и координатору, и клиенту: ускорить процесс общения за счет быстрой доставки сообщений, облегчить процесс общения за счет отсутствия необходимости покидать свое рабочее место координатору и покидать конференц-зал организатору мероприятия, избежать необходимости звонков, которые отнимают больше времени, облегчить процесс координации, поскольку в ней будут предусмотрены автоматические уведомления о месте и времени проведения мероприятия, информация о которых заблаговременно будет внесена в программу.

Стоит отметить, что подобные программы используются в ряде зарубежных гостиничных сетей, таких как Marriott и других, и даже представляют собой определенный стандарт компании [6]. Однако на российском рынке этих программ старательно избегают, отдавая предпочтение привычным смс-сообщениям, что позволяет не выходить из «зоны комфорта» и в очередной раз доказывает значительное влияние менталитета.

Таким образом, помимо решения имеющихся проблем внедрение данного приложения будет свидетельствовать о полном соответствии гостиниц международным стандартам [5].

Третье новшество – мотивационная программа «Work hard and travel brilliantly» – в отличие от двух предыдущих имеет направленность на повышение удовлетворенности со стороны сотрудников отдела организации мероприятий. К гостям отеля эта программа не имеет никакого отношения.

Поскольку всем известно, что главный ресурс в гостинице – люди, работающие в ней, то стоит поддерживать их удовлетворенность работой на должном уровне и не допускать перехода ценных сотрудников к конкурентам. Данная программа мотивации основана на личных потребностях координаторов мероприятий. Суть данной программы заключается в закреплении за сотрудниками отдела возможности совершать один раз в год своеобразную краткосрочную командировку с целью накопления опыта и параллельным отдыхом в гостиницах своей сети, возможностью посещения различных профессиональных выставок и участие в них. Также стоит отметить, что опыт, полученный координаторами в ходе подобной «экскурсии», может способствовать повышению качества обслуживания путем введения различных новшеств, отмеченных сотрудниками в работе своих коллег из других отелей (исходя из наблюдений авторов).

Данная инновация представляет собой нематериальный продукт, однако эффект от ее введения может быть замечен в самое ближайшее время. Во-первых, не секрет, что мотивированные сотрудники работают в разы лучше. А во-вторых, подобная программа поспособствует обмену опытом и идеями, поможет стереть границы между Россией и миром в гостиничной сфере и станет отличным «толчком» к изменению сознания и минимизации влияния менталитета.

Итак, в ходе изучения актуальной ситуации на отечественном рынке гостиничных услуг были сделаны выводы, из которых следует, что гостиничный бизнес в России имеет один главный фактор, препятствующий дальнейшему развитию – менталитет русского человека. Для исправления ситуации и перехода на новый уровень необходимо комплексное воздействие. На базе теоретических основ организации труда и различных трудов относительно мотивации персонала был предложен ряд инноваций различной направленности, которые призваны помочь в борьбе за повышение уровня сервиса.

Лучший вариант для решения изучаемой проблемы – такой комплексный подход. Однако нужно заметить, что сегодня мы рассмотрели проблему негативного влияния менталитета лишь с одной стороны – со стороны сотрудников сферы гостеприимства.

Библиографический список

1. Мобильное приложение для гостей отелей Marriott [Электронный ресурс] // Информационно-аналитический журнал «Business Travel». – Режим доступа : <http://bt-magazine.ru/news/480.html> (дата обращения : 12.03.2017).
2. Солнцева, О. Г. Роль Инновационной составляющей в развитии региональной экономической политики в современных условиях / О. Г. Солнцева, П. А. Федорова // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2016. – № 5. – С. 166–170.
3. Тейлор, Ф. У. Принципы научного менеджмента / Ф. У. Тейлор ; пер. с англ. А. И. Зак. – М. : Контроллинг, 1991. – 104 с.
4. Чудновский, А. Д. Управление индустрией туризма / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : КноРус, 2016. – 438 с.
5. Шоул, Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / Дж. Шоул ; пер. с англ. И. Евстигнеевой. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 338 с.
6. Marriott mobileapp [Electronic resource]. – Mode of access : <http://mobileapp.marriott.com> (accessed date : 20.02.2017).
7. Meetings imagined [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.meetingsimagined.com> (accessed date : 15.02.2017).