Журнал правовых и экономических исследований, 2015, 2: 184–188
© О.А. Пекарская, 2015

УДК 3339.137+228.46:640.41

O.A. Pekarskaya

IMPROVING COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN HOTEL INDUSTRY

Olga Pekarskaya – senior teacher at St. Petersburg Branch of Financial University under the Government of the Russian Federation, PhD in Economics, St. Petersburg; **e-mail: pekarskaya.olga@mail.ru**.

The competition in modern hospitality industry is rather fierce. There are new circumstances resulting from the crisis that require measures to improve competitiveness. An important aspect of strengthening competitive position is the improvement of training of the personnel that will work under new complicated conditions.

To assess the quality of training process we apply a correlation-regression model and make relevant calculations. Besides testing the residual knowledge we use the employer's reference as one of the assessment criteria.

The research reveals the need for the hotel personnel directly working with customers to have trainings; the training methods are developed and suggested. So, the article demonstrates a considerable research work carried out on the basis of practical data.

***Keywords**: hospitality industry; hotel enterprise; personnel; training; correlation-regression model; educational institution; competitiveness; management structure; hotel services.*

О.А. Пекарская

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Ольга Анатольевна Пекарская – старший преподаватель Санкт-Петербургского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: pekarskaya.olga@mail.ru**.

Конкурентная обстановка в современной индустрии гостеприимства является весьма напряженной. Появляются новые обстоятельства, связанные в том числе и с кризисными явлениями, которые требуют принятия мер для усиления конкурентоспособности. Важным аспектом усиления конкурентного положения является усовершенствование подготовки кадров, необходимых для работы в новых сложных условиях.

Для оценки показателя качества образовательного процесса подготовки кадров автором была применена корреляционно-регрессионная модель и произведены соответствующие расчеты. Кроме проверки остаточных знаний, нами в качестве критериев оценки также использовалась характеристика работодателя.

В ходе исследования было выявлено, что персонал гостиничного предприятия, непосредственно обслуживающий клиентов, должен проходить тренинги, методика которых была разработана и предложена автором. Таким образом, в статье отражена большая работа исследовательского характера, проведенная автором на основе конкретных практических данных.

***Ключевые слова:** индустрия гостеприимства; гостиничное предприятие; персонал; тренинг; корреляционно-регрессионная модель; образовательное учреждение; конкурентоспособность; структура управления; гостиничные услуги.*

В настоящее время в области гостеприимства Российской Федерации работает более 900 тысяч человек. Гостиничная индустрия является важной отраслью индустрии гостеприимства.

Деятельность в России крупнейших гостиничных сетей и консорциумов положительно влияет на развитие гостиничного хозяйства страны. Использование передового опыта позволяет увеличить

количество гостиничных предприятий и их заполняемость, повысить качество гостиничных товаров и услуг, ввести новые стандарты обслуживания, повысить профессионализм кадров. Необходимо повышать конкурентоспособность гостиничных предприятий, совершенствовать управление в гостиничном хозяйстве.

Важным фактором в деятельности гостиничного предприятия является улучшение качества обслуживания потребителей, однако все еще остаются неисследованными вопросы создания конкурентоспособного механизма улучшения гостиничного сервиса [1].

Предприятие гостиничной индустрии представляет собой сложную социально-экономическую систему. Новые принципы построения организационной структуры управления конкурентоспособного гостиничного предприятия направлены на усиление конкурентоспособности и повышение качества обслуживания клиентов.

В гостиничном комплексе создается координационная структура, способствующая наращиванию конкурентоспособности: формирование среды для создания условий с целью обеспечения информационными, материальными, финансовыми и временными ресурсами; организация функционирования деятельности инженерно-технических коммуникаций; подбор персонала, организация обучения, повышения квалификации и переподготовки кадрового состава.

Целями менеджмента гостиничной индустрии, функция которых заключается в повышении конкуренции, являются:

1. Планирование, в ходе которого вырабатывается концепция гостиничного предприятия.

2. Организация, предусматривающая развитие экономической, правовой, технической, социально-психологической и других сфер функционирования гостиничного комплекса.

3. Контроль, целью которого является соотношение достигнутых результатов с запланированными.

В гостиничном бизнесе, как и в других сферах хозяйственной деятельности, необходимо ориентироваться на извлечение прибыли путем повышения конкурентоспособности, поскольку в гостиничной индустрии присутствует высокий уровень конкуренции.

Маркетинговые исследования жизненно необходимы для деятельности гостиничных предприятий, так как позволяют предотвратить опасности и угрозы при принятии управленческих решений. Эффективность маркетинговых исследований во многом зависит от их систематичности и целенаправленности.

Разнообразность целей маркетинговых исследований, способствующих повышению конкурентоспособности гостиничных услуг, следует классифицировать следующим образом: 1) исследование параметров рынка гостиничной индустрии; 2) мониторинг возможностей гостиничного предприятия и его доли на рынке; 3) оценка продаж гостиничных товаров и услуг; 4) зондирование направлений деятельности гостиничного предприятия; 5) мониторинг положения дел в области финансовой и экономической деятельности; 6) оценка целевых рынков услуг; 7) постоянный мониторинг направлений эволюции рынка гостиничных услуг; 8) анализ меры удовлетворенности клиентов предлагаемыми услугами.

Процедура формирования цен на товары и услуги является одной из наиболее важных проблем в формировании политики гостиничного предприятия. В процессе осуществления стоимостной стратегии гостиничного комплекса следует учитывать следующее: 1) стоимость товаров и услуг должна быть соразмерной классу средства размещения; 2) с целью оптимизации загрузки номерного фонда следует учитывать сезонность, своевременно и правильно манипулировать ценами; 3) цены для различных категорий клиентов должны быть официальные (доступные для любых клиентов) и неофициальные (используемые для работы с турфирмами, организациями и постоянными клиентами); 4) необходимо постоянно изучать в своем сегменте рынка цены конкурентов на гостиничные товары и услуги, вовремя реагировать на колебания ценовой поли-

тики.

При организации подготовки кадров для сферы гостиничной индустрии следует создавать сообщества, в которые должны входить гостиничные предприятия, работодатели и учебные заведения, осуществляющие подготовку в сфере гостиничного хозяйства.

Координация деятельности с учебными заведениями в области гостиничного хозяйства включает: а) переподготовку и повышение квалификации преподавательского состава; б) создание и внедрение концепции дистанционного обучения с использованием современных компьютерных и телекоммуникационных технологий [5]; в) организацию стажировок для студентов и преподавателей с целью обмена опытом в области гостиничной индустрии; г) осуществление практики студентов профиля на базе действующих гостиничных предприятий; д) организацию взаимодействия с руководством гостиничных комплексов с целью трудоустройства студентов.

Эффективное управление процессом обучения кадров для гостиничного хозяйства требует выделения приоритетных показателей качества образовательного процесса и построения корреляционно-регрессионной модели [2]. В качестве результативного признака был выбран уровень качества Y подготовки специалиста, определяемого по 10-балльной системе по результатам итоговой аттестации.

Для корреляционно-регрессионного анализа приняты следующие входные переменные: 1) уровень качества абитуриентов (по остаточным знаниям) – X_1; 2) уровень качества материально-технической базы – X_2; 3) уровень качества кадрового состава – X_3.

Статистические данные для результативного уровня подготовки специалистов (Y) и объясняющих признаков (X_1, X_2, X_3) были получены в результате исследования, проведенного в восьми филиалах региональной структуры НЧОУ ВПО «Национальный открытый институт г. Санкт-Петербург». Значения признаков (X_1, X_2, X_3) определены в относительной шкале и представлены в табл. 1.

Для трёх факторов линейное уравнение регрессии имеет вид:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3.$$

1) Для определения набора значимых факторов $\{X_i\}$ проведена идентификация множественной регрессионной модели вычислением показателей тесноты связи – частных коэффициентов корреляции r_{XY}.

Частные коэффициенты корреляции для линейной зависимости определяются из данных наблюдений и вычисляются по формуле:

$$r_{Y_iX_i} = \frac{\frac{1}{N}\Sigma_{i=1}^{N}(Y_iX_i) - \left[\frac{1}{N}\Sigma_{i=1}^{N}Y_i\right]\left[\frac{1}{N}\Sigma_{i=1}^{N}X_i\right]}{\sigma_{Y_i}\sigma_{X_i}},$$

где X_i – значения факторов X_{1i}, X_{2i}, X_{3i} в выборке; Y_i – значения результативного признака; N – объём выборки; σ_{X_i} – средние квадратичные отклонения.

Частные коэффициенты корреляции представлены в табл. 2.

Таблица 1

Фактические значения признаков (Y_i, X_{1i}, X_{2i}, X_{3i})

Уровень качества подготовки специалиста высшего профессионального образования Y_i		Определяющие уровни качества		
		Качество абитуриентов X_1	Качество материально-технической базы X_2	Качество кадрового состава X_3
$Ф_1$	6,60	0,69	0,71	0,81
$Ф_2$	8,90	0,81	1,0	0,35
$Ф_3$	7,60	0,69	0,65	0,79
$Ф_4$	6,50	0,63	0,50	0,80
$Ф_5$	6,00	0,60	0,24	0,90
$Ф_6$	8,30	1,00	0,91	0,70
$Ф_7$	7,80	0,80	0,76	0,88
$Ф_8$	6,20	0,61	0,22	1,00

По критерию Стьюдента все коэффициенты регрессии в данной модели признаны значимыми. Расчёт показал, что введением в уравнение регрессии фактора X_3 можно пренебречь и признать этот фактор малозначимым.

Полученные величины коэффициентов линейной парной корреляции дают возможность определить, что степень качества подготовки специалиста высшего профессионального образования более тесно связана с уровнем качества материально-технической базы $X_2 (r_{YX_2} = 0{,}847)$ и с уровнем качества абитуриентов $X_1 (r_{YX_1} = 0{,}795)$. Наименее тесно фактор Y связан с уровнем качества кадрового состава X_3 (табл. 2).

Более корректно определенная взаимосвязь может быть отображена регрессионной моделью. Факторы X_1 и X_2 могут быть использованы в качестве информативных факторов в уравнении множественной регрессии. В итоге для моделирования используется набор экспериментальных данных (табл. 3).

Для множества (двух) факторов уравнение регрессии принимает вид:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Коэффициенты частной корреляции высоких порядков определяются через коэффициенты корреляции низких порядков по рекуррентным формулам.

В двухфакторной модели формулы для $i = 1$ и $i = 2$ соответственно принимают вид:

$$r_{YX_1 \cdot X_2} = \frac{r_{YX_1} - r_{YX_2} r_{X_1X_2}}{\sqrt{\left(1 - r_{YX_2}^2\right)\left(1 - r_{X_1X_2}^2\right)}};$$

$$r_{YX_2 \cdot X_1} = \frac{r_{YX_2} - r_{YX_1} r_{X_1X_2}}{\sqrt{\left(1 - r_{YX_1}^2\right)\left(1 - r_{X_1X_2}^2\right)}}.$$

Расчёт $r_{YX_1 \cdot X_2}$ и $r_{YX_2 \cdot X_1}$ производился с использованием частных коэффициентов корреляции, взятых из табл.2, и после проверки по критериям Стьюдента и Фишера устанавливалась их значимость. Следовательно, X_1 и X_2 являются объясняющими факторами.

Коэффициенты a, b_1, b_2 в уравнении регрессии определяются методом наименьших квадратов.

Таблица 2

Частные коэффициенты корреляции (*r*)

Признаки	Коэффициенты корреляции $r_{Y, Xi}$			
	Y	X_1	X_2	X_3
Y	1	0,795	0,847	0,088
X_1	0,795	1	0,794	0,087
X_2	0,847	0,794	1	0,061
X_3	0,088	0,087	0,061	1

Таблица 3

Данные для расчёта коэффициентов корреляции и параметров множественной двухфакторной регрессионной модели

Уровень качества подготовки специалиста высшего профессионального образования Y_i		Определяющие уровни качества	
		Качество абитуриентов X_1	Качество материально-технической базы X_2
$Ф_1$	6,6	0,69	0,71
$Ф_2$	8,9	0,81	1,0
$Ф_3$	7,6	0,69	0,65
$Ф_4$	6,5	0,63	0,50
$Ф_5$	6,0	0,6	0,24
$Ф_6$	8,3	1,0	0,91
$Ф_7$	7,8	0,80	0,76
$Ф_8$	6,2	0,61	0,22

В результате получаем оценки коэффициентов двухфакторного уравнения регрессии по экспериментальным данным:

$$b_1 = \frac{S(X_2^2)S(X_1Y) - S(X_1X_2)S(X_2Y)}{S(X_1^2)S(X_2^2) - [S(X_1X_2)]^2}.$$

$$b_2 = \frac{S(X_1^2)S(X_2Y) - S(X_1X_2)S(X_1Y)}{S(X_1^2)S(X_2^2) - [S(X_1X_2)]^2}.$$

$$a = \bar{Y} - b_1\bar{X}_1 - b_2\bar{X}_2$$

Расчётом по экспериментальным данным получены значения $\bar{x}_1 = 0{,}604$, $\bar{x}_2 = 0{,}623$, $\bar{y} = 6{,}35$, $S(x_1^2) = 0{,}593$, $S(x_1y) = 3{,}719$, $S(x_2^2) = 1{,}474$, $S(x_2y) = 3{,}767$, $S(y^2) = 37{,}334$, $S(x_1x_2) = 0{,}765$, которые позволили окончательно вычислить коэффициенты уравнения регрессии: $a = 4{,}60$, $b_1 = 2{,}65$, $b_2 = 1{,}07$.

В итоге уравнение множественной регрессии второго порядка имеет вид:

$$Y = 4{,}60 + 2{,}65X_1 + 1{,}07X_2.$$

Качество разработанной двухфакторной регрессионной модели может быть оценено средней ошибкой аппроксимации.

В ходе исследования было выявлено, что персонал гостиничного предприятия, непосредственно обслуживающий клиентов, должен проходить тренинги: эталонов поведения и стереотипов внешнего вида, стереотипов обслуживания в области гостиничной индустрии, принятия решений, коммуникативных умений, решения конфликтных ситуаций, этикета и реализации. Удовлетворенность работников своей деятельностью является важной составляющей формирования мотивационной политики гостиничного предприятия. Еще более значительное позитивное действие на повышение эффективности управления качеством гостиничного обслуживания оказывает преданность работников гостиничному предприятию. Преданность представляет из себя более глубокое чувство, чем мотивация, и воздействует на профессиональную деятельность гораздо эффективнее.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Пекарская О.А.* Развитие и продвижение гостиничного предприятия на рынке услуг гостеприимства // Вестник Национальной академии туризма. 2014. № 2(30). С. 42–45.

2. *Пекарская О.А.* Использование регрессионной модели в подготовке кадров для гостиничного бизнеса // Журнал правовых и экономических исследований. 2012. № 4. С. 162–165.

3. *Пекарская О.А.* Направления развития и совершенствования гостиничного комплекса Санкт-Петербурга // Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты: материалы Международной научно-практической конференции. Ч. 3. Тамбов: Изд-во ООО «Консалтинговая компания Юком», 2014. С. 103–108.

4. *Пекарская О.А.* Эффективность управления гостиничным предприятием // Современное общество, образование и наука: материалы Международной научно-практической конференции. Ч. 5. Тамбов: Изд-во ООО «Консалтинговая компания Юком», 2014. С. 113–118.

5. *Пекарская О.А., Гаврильчак И.Н.* Развитие информационной инфраструктуры предпринимательства в области рекреационного туризма // Актуальные проблемы развития индустрии медиа на современном этапе: материалы Международной научно-практической конференции. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, 2012. С. 106–111.