

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ ДЛЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В НОВЫХ РЕАЛИЯХ

¹ Цаболова Ольга Руслановна

² Цунаева Юлия Олеговна

¹ ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
канд. фил. наук, доцент кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма
109542, Россия, г. Москва, Рязанский проспект, 99

² ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
старший преподаватель кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма
109542, Россия, г. Москва, Рязанский проспект, 99

Annotation: New realities pose challenges for the domestic hospitality industry successful solution of which has a huge impact on its future. The development of local tourism, the transition from international brands to domestic ones, the introduction of digital technologies and the compliance of hospitality industry enterprises with high standards is impossible without personnel training. Universities are working on solving this problem, providing training of personnel who are ready to work in the hospitality industry and in hotel consulting afterwards.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, отель, туризм, гостиничный консалтинг, бренд.

Key words: hospitality industry, hotel, tourism, hotel consulting, brand.

События последних двух лет привели к кардинальным трансформациям в сфере индустрии гостеприимства и общественного питания. Российский турист переходит в силу известных обстоятельств на новые направления как внутри страны, так и за ее пределами. Среди основных тенденций следует назвать заметное смещение спроса с запада на восток и расширение географии путешествий по России. Таким образом, создаются благоприятные условия для реализации туристического потенциала нашей страны. Для гостиничного бизнеса это означает создание дополнительных возможностей и появление новых гостиничных, ресторанных и туристических проектов. Реструктуризация рынка предприятий гостеприимства и общественного питания характеризуется переходом от международных брендов к российским.

Увеличение числа локальных операторов и их развитие также должны в скором будущем привести к качественным изменениям в отрасли. Следовательно, спрос на квалифицированных специалистов в сфере гостеприимства будет расти. Подготовка таких кадров должна соответствовать современным вызовам, она требует серьезной работы, как со стороны системы образования, так и со стороны обучающихся. Долгий путь к вершинам профессии нередко начинается с совмещения учебы по специальности с работой на стойке регистрации отеля или в иных его подразделениях. Начиная в студенческие годы с самого низа иерархической лестницы, студенты, выбравшие направление обучения «Гостиничный и ресторанный бизнес» постигают азы профессии на протяжении всего периода обучения, ведь работа в крупном отеле, а тем более в гостиничном консалтинге требует колоссального практического опыта в сочетании с надежным и качественным университетским образованием [1].

Для того, чтобы идти в ногу со временем, индустрии гостеприимства нужны высококвалифицированные кадры, способные работать в нынешней непростой для этой отрасли экономики ситуации. Насколько востребованы специалисты этого направления свидетельствует тот факт, как много ведущих столичных вузов готовят бакалавров и магистров в сфере индустрии туризма и гостеприимства. Ведущими вузами в этой области

следует назвать ГУУ, РАНХиГС, РГГУ, РГСУ, РЭУ им. Плеханова, РУДН и многие другие. Начинаящие менеджеры отелей должны обладать задатками лидера и организаторским талантом, способностью гасить конфликтные ситуации, а еще лучше не допускать их в своей работе, быть аккуратными, собранными и пунктуальными. Они должны учитывать в своей деятельности отечественный и мировой опыт, владеть иностранными языками и современными гостиничными технологиями. За 4 года бакалавриата студенты получают знания в области гостиничного и ресторанного бизнеса, процесс обучения предусматривает разумное сочетание изучения теории (управление в индустрии туризма, основы безопасности в отеле, бухучет и финансы, предпринимательство и инновации и т.д.) и практические занятия. Все студенты проходят за время учебы по этому направлению практику в отелях, а многие совмещают получение образования с работой по профилю обучения. По желанию студент может провести год за границей, поэтому большое внимание уделяется также изучению иностранных языков. По окончании бакалавриата выпускники поступают на магистерские программы, которые предлагают углубленное изучение гостиничного бизнеса. По завершении магистратуры выпускники благодаря высокой квалификации могут работать на предприятиях гостиничного и ресторанного бизнеса, а затем, набравшись практического опыта и знаний, в консалтинге, специализирующемся в сфере туризма и гостеприимства, а кроме того, на предприятиях индустрии развлечений и спорта, в учреждениях медицины и образования.

По мнению руководителя подразделения индустрии гостеприимства CORE.XP М. Багдасарова «Уход зарубежных брендов в сочетании с ростом внутреннего спроса - это стратегическая возможность для российских гостиничных сетей. Например, текущая ситуация дает дополнительные преимущества для более интенсивного развития таким российским операторам, как Azimut и Cosmos Group, которые уже набирают вес на рынке. В условиях отсутствия западных туристов переход на российский бренд является более выгодной стратегией для собственников отелей. Что касается операторов, то для них такое решение повысит узнаваемость отечественных компаний в России и на рынках стран ближнего зарубежья» [1].

Однако следует отметить, что, принимая во внимание неоднозначность ситуации в отрасли, когда приостановлено авиасообщение с многими странами и небывалым сокращением въездного потока, основу которого составляли туристы из Германии, США, Великобритании, Японии, Франции и других стран Запада, замену которым могут составить лишь в некоторой степени туристические потоки из стран ближнего зарубежья, с Ближнего Востока, из Индии, Китая и Латинской Америки, а специалисты считают эту замену неравнозначной ни по объемам, ни по доходности, следует уделять особое внимание подготовке кадров, готовых работать в новых условиях с контингентом, разительно отличающимся от привычного туриста.

Иные непривычные культурные, гастрономические и религиозные отличия новых туристических потоков ставят перед гостиничным бизнесом России и вузами, осуществляющими подготовку специалистов этого направления новые задачи. В ближайшие годы придется учитывать также значительное снижение доходов населения, и соответственно рост числа отелей эконом-сегмента и готовить управленцев для эффективной работы в них. В 2022 году международные гостиничные операторы объявили сначала о приостановке деятельности, а затем об уходе с российского рынка. По мнению специалистов, их уход не приведет к сокращению числа качественных действующих гостиничных объектов на рынке, «так как в большинстве случаев отели на территории России не принадлежат иностранным компаниям, а находятся под их управлением или франшизой. В дальнейшем гостиницы, работавшие с западными операторами по договору об управлении, будут искать новую управляющую компанию, либо примут решение заниматься управлением собственными силами [2].»

В сложившейся ситуации очевидно, что молодые управленцы в сфере отельного менеджмента будут пользоваться спросом и, несмотря на то, что снижение числа иностранных туристов негативно сказывается на отелях высокого ценового сегмента (а их загрузка упала в 2-3 раза), управленцы в индустрии гостеприимства должны быть по-прежнему в курсе основных мировых тенденций и передовых гостиничных технологий. Так, к примеру, интернет вещей в

гостиничных номерах становится обыденным явлением, т.к. гость желает иметь в отеле такие же удобства, как и дома, и даже лучше. Поэтому основные услуги в гостиничном номере становятся цифровыми, будь то ключ от номера на смартфоне или доступ к потоковым сервисам. Одним нажатием пальца или с помощью голосового управления гости хотят иметь возможность получить услуги консьержа, поменять температуру в номере, включить определенную музыку. Одни инновации требуют минимальных преобразований в номере, другие весьма серьезные и требуют значительных расходов, но и те, и другие неизбежны, т.к. только они обеспечивают дальнейшее устойчивое развитие. Портативные потоковые устройства позволяют гостям брать с собой любимые программы и фильмы, но для их просмотра телевизор в номере должен иметь USB-порт. Отели могут также использовать стриминговые платформы, которые позволяют гостям при заезде входить в свои потоковые аккаунты, а при выезде из отеля автоматически выходить из системы. Шнуры от зарядки остаются в прошлом, т.к. отели используют специальные платформы для беспроводной зарядки в номерах. Беспроводная зарядка осуществляется путем размещения нуждающегося в зарядке устройства на зарядном коврике. Интеллектуальное управление номером (мощность освещения, температурный режим и т.д.) со своего смартфона или другого устройства становится обыденным явлением. Уходит в прошлое гостевая папка, ее полностью заменяет планшет в номере, который помимо обычной для гостевой папки информации об услугах отеля, может производить ряд операций в номере (например, регулировать управление освещением и температурой) или делать какие-либо запросы.

В современных отелях на новый уровень выведена технология шумоизоляции, новый стандарт звукопроницаемых окон минимизирует шум от оживленного уличного движения и самолетов, не говоря уже о громкой музыке. Таким образом, в скором времени должны исчезнуть жалобы гостей на шум. В современных отелях устанавливают в номерах также интеллектуальную колонку, которая способна быстро обрабатывать специфичные для отеля голосовые запросы (уборка номеров, услуги камердинера и т.д.) Умные зеркала, сочетающие в себе функции телевизора и зеркала, позволяют гостям быть в курсе последних новостей, узнавать прогноз погоды или запрашивать услуги отеля с помощью функции консьержа во время чистки зубов, бритья или укладки волос. Системы входа в номер без ключа, полностью интегрированные в программные системы отеля, позволяют гостям управлять номером в отеле бесконтактно из приложения отеля. Видеочаты консьержа дают возможность гостям с помощью сканирования QR-кода отправлять текстовые сообщения, общаться друг с другом и с персоналом отеля в режиме реального времени. Таким образом, можно избежать прямого контакта гостя с персоналом на стойке регистрации и сэкономить время, т.к. персонал в этом случае может быстрее ответить на большее число запросов и т.д. [3].

Гостиничный бизнес предполагает кроме всего прочего наличие особой культуры гостеприимства, а отечественные предприятия этой индустрии испытывали еще до начала пандемии и испытывают в настоящий момент острый дефицит в квалифицированных кадрах. К сожалению, эта проблема не всегда находит удачное решение, ведь традиционного российского радушия и гостеприимства недостаточно, чтобы обеспечить достойный уровень сервиса в отеле и обеспечить комфорт его гостям. Приток в отрасль новой рабочей силы, вызванный уходом с нашего рынка международных компаний, не решает вопроса, т.к. переучивать всегда сложнее, чем обучать. В текущей ситуации значительно возрастает роль вузов, которые осуществляют подготовку специалистов направления «Профессиональный менеджмент отелей и ресторанов» во всех аспектах - от элитных отелей и ресторанов, клубного питания и системного питания до бизнес-консалтинга и самостоятельного управления гостиничным бизнесом [5]. Эти вузы готовят не просто специалистов и руководителей, компетентных в области делового администрирования, а высокопрофессиональные кадры, специализирующиеся именно на управлении гостиничным и ресторанным бизнесом. Сейчас, когда конкуренция с ушедшими брендами стремится к нулю, (а именно они являются законодателями мод на рынке гостиничных услуг), роль вузов, выпускающих управленцев этого профиля, обладающих соответствующими времени профессиональными компетенциями, многократно повышается.

Отечественный гостиничный бизнес должен соответствовать основным мировым тенденциям не только за счет внедрения передовых гостиничных технологий, но и за счет

развития у персонала всех уровней необходимых в современных условиях навыков гостеприимства, т.е. компетенций и навыков, необходимых для достижения успеха в сфере гостеприимства или других смежных отраслях сферы услуг. Эксперты различают Hard Skills in Hospitality (жесткие навыки и компетенции гостеприимства) и Soft Skills in Hospitality (мягкие навыки и компетенции гостеприимства). К первым относятся различные функции, обеспечивающие решение сугубо технических профессиональных задач, ко вторым относятся социальные навыки и компетенции, которые позволяют команде отеля создавать для гостей незабываемые впечатления в мультикультурной и динамичной среде. Гармоничное сочетание жестких и мягких навыков и компетенций у каждого сотрудника позволяет сформировать команду профессионалов гостиничного бизнеса. Ключом к успеху молодого специалиста в индустрии гостеприимства становится идеальное сочетание IQ и EQ. Особую роль в успешной карьере начинающего управленца в этой сфере играет его эмоциональный интеллект (EQ), т.е. способность своевременно распознавать и понимать, как свои собственные эмоции, так и эмоции других людей, чтобы правильно управлять и теми и другими. Эмоционально интеллигентные люди более внимательны к чувствам других людей и поэтому умеют обходить или сглаживать острые углы и неприятные для собеседника темы [4].

Таким образом, повышенная способность к эмпатии позволяет человеку быстрее стать успешным лидером и руководителем команды единомышленников. Во многих иностранных компаниях при приеме на работу уже проводятся тесты на уровень эмоционального интеллекта соискателя, т.к. руководители предприятий сферы обслуживания, в том числе индустрии гостеприимства, понимают, что эмпаты способны проявить себя в этой области человеческой деятельности лучше, чем профессионалы, лишенные этого качества. Развитию мягких навыков и компетенций следует также уделять больше внимания во время обучения менеджеров в индустрии гостеприимства и ресторанного бизнеса, делая акцент на практическую работу и стажировки на предприятиях гостиничного бизнеса и общественного питания, чтобы будущие управленцы смогли сформировать и довести их до необходимого уровня еще на стадии подготовки. За годы обучения будущие менеджеры отеля приобретают безусловно множество навыков и компетенций, необходимых для работы менеджера отеля с партнерами и персоналом. Это и лидерские навыки, и навыки анализа данных и измерения эффективности, и организационная компетентность, и навыки принятия решений, и навыки стратегического развития, финансового анализа и управления бюджетом, и навыки управления недвижимостью, и навыки маркетинга услуг и многое другое. Но не менее важны для востребованного современного менеджера отеля его именно эмоциональные навыки и компетенции как для работы с персоналом, так и для взаимодействия с партнерами и гостями. Здесь в первую очередь следует назвать умение общаться с гостями и активное слушание, гибкость и креативность в решении проблем, критическое мышление и коммуникативные навыки, эмпатию, осведомленность об экологических, социальных и этических проблемах современного общества, целеустремленность, владение иностранными языками, способность и желание учиться новому на протяжении всей жизни. Отечественные вузы развивают эти качества, необходимые молодым специалистам индустрии туризма и гостеприимства гармонично сочетая в период обучения освоение бакалаврами и магистрами академических дисциплин и принципов научного подхода к решению проблем с необходимым опытом практической работы.

Библиографический список:

1. Новые реалии гостиничного рынка России. Июль 2022. [Электронный ресурс] - URL: [http:// www.logistics.ru](http://www.logistics.ru) (дата обращения: 20.04.2023).
2. Отельный бизнес после 2022 года: «Я бы не поверил!» [Электронный ресурс] - URL: [http:// www.profi.travel](http://www.profi.travel) (дата обращения: 20.04.2023).
3. Beratung für Hotellerie und Gastronomie. [Электронный ресурс] - URL: [http:// www.www.hogarat.de](http://www.www.hogarat.de) (дата обращения: 20.04.2023).
4. Hotel Consulting Worum Geht Es Wirklich? [Электронный ресурс] - URL: [http:// www.ihcshotelconsulting.com](http://www.ihcshotelconsulting.com) (дата обращения: 18.04.2023).
5. Hotelberatung für nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg. [Электронный ресурс] - URL: [http:// www.unternehmer-manufaktur.com](http://www.unternehmer-manufaktur.com) (дата обращения: 18.04..2023).