

9. Тарабан О. В. Содержание и функции процесса внутрифирменной мобильности / О. В. Тарабан // Известия ИГЭА. – 2006. – № 5 (50). – С. 90–92.

УДК 338.48(571.53)

**Э. А. Ржепка**

## **РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА И КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ИРКУТСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ**

В статье дается обзор гостиничного рынка города Иркутска и ближнего окружения именуемого Иркутской агломерацией. Поднимаются основные проблемы, связанные с сезонностью и особенностями восприятия местного населения работы в сфере гостеприимства. Приводятся обработанные статистические материалы, собранные автором в процессе выполнения мониторинговых исследований и анкетирования. Анализ, проведенный в работе охватывал такие важные аспекты, как выяснение скорости развития карьеры, начальной должности и наличия помощи из вне, продолжительность работы на каждом этапе карьерной лестницы, обладание дополнительными знаниями и умениями, преимущества работы на одном предприятии. Главная идея статьи состоит в акцентировании внимания на гостинице, как предприятию непрерывного цикла, ритм которого определяется заказчиками услуг, то есть клиентами.

*Ключевые слова:* Иркутская агломерация, гостиничный бизнес, карьерный рост, окологостиничная сфера, туристский потенциал.

**E. A. Rzhepka**

## **DEVELOPMENT OF THE SPHERE OF HOSPITALITY AND PERSONNEL POTENTIAL OF IRKUTSK AGGLOMERATION**

In article the review of the hotel market of the city of Irkutsk and a near environment called by Irkutsk agglomeration is given. The main problems connected with seasonality and features of perception of local population of work in the sphere of hospitality rise. The processed statistical materials collected by the author in the course of performance of monitoring researches and questioning are given. The analysis which is carried out in work covered such important aspects as clarification of speed of development of career, an initial position and existence of the help from out of, period of operation at each stage of a career ladder, possession of additional knowledge and abilities, advantages of work at one enterprise. The main idea of article consists in emphasis of attention on hotel as the enterprise of a continuous cycle which rhythm is defined by customers of services, that is clients.

*Keywords:* Irkutsk agglomeration, hotel business, career development, hotel sphere, tourist potential

Сегодня город Иркутск имеет высокий ресурсный потенциал к развитию в качестве одного из ключевых туристских и транспортно-логистических центров Сибири и Дальнего Востока. Более 300 тыс. туристов из регионов России и зарубежья ежегодно посещают Иркутск. На Байкал через Иркутск следуют более 700 тыс. туристов.

По состоянию на 01.01.2016 года в г. Иркутске действуют 63 туроператорские компании, 132 коллективных средства размещения, 78 туристских агентств. В 2015 году количество российских и иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения города выросло с 2012 года на 23 % и составило по оценочным данным 278–295 тыс. чел. Лидирующее положение по объему въездного туристского потока в г. Иркутск занимают туристы из Китая. Прямые расходы туристов в г. Иркутске по оценочным данным в 2015 году составили более 4,2 млрд р. (рост к 2012 году — 40 %).

Гостиничный бизнес сейчас развивается в Иркутске значительно более быстрыми темпами, чем в последние годы. Это в первую очередь вызвано тем, что курсы валют не на стороне рубля и для иностранных гостей стало выгодным путешествовать в нашу страну, а россиянам предпочитать внутренний туризм зарубежному. Рост прибытий в наш регион достаточно существенный, и он будет еще увеличиваться (рис. 1).

И если свои путешествия продвинутые туристы могут полностью спланировать и организовать самостоятельно через интернет, то гостиничные услуги им все равно не обойти. По данным Иркутского филиала Российской гостиничной ассоциации в Иркутской области осуществляют деятельность 240 гостиниц, причем в 70 из них в городе Иркутске. Из других средств размещения можно отметить 30 лечебно-оздоровительных учреждений, так же оказывающих услуги по временному проживанию отдыхающих, 165 домов и баз отдыха.

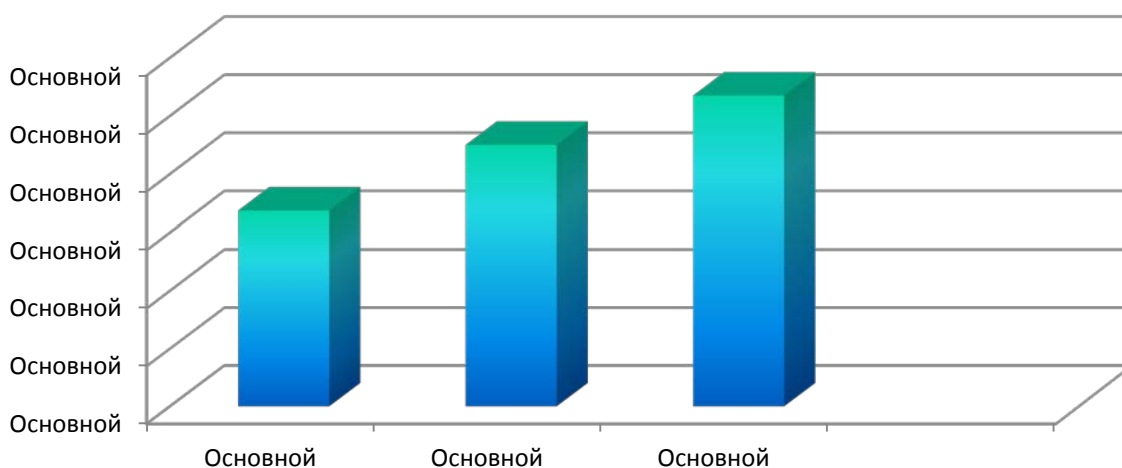


Рис. 1. Объем туристических прибытий в Иркутскую область, тыс. чел.

Нельзя обойти и такое достаточно востребованное современное явление, как хостелы, получившие широкое распространение в Иркутске с начала

2000-х гг. Год от года число постояльцев у каждого средства размещения увеличивается и, следовательно, происходит рост экономической эффективности отрасли в регионе (рис. 2).

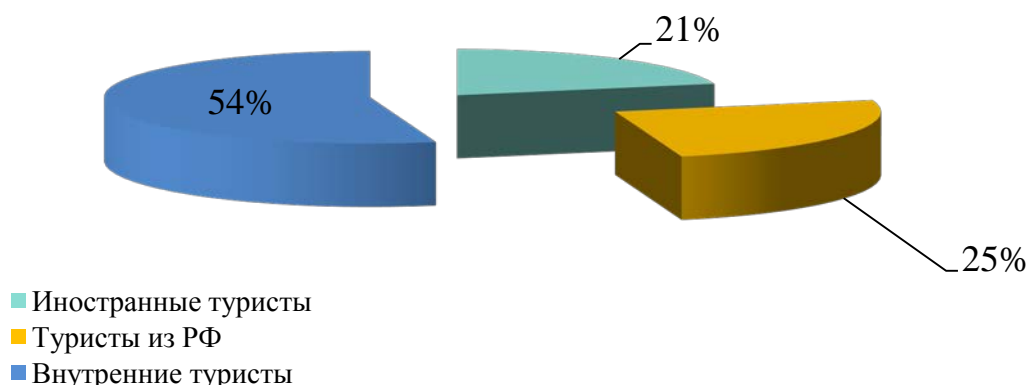


Рис. 2. Структура туристских прибытий в Иркутскую область (Инвестиционный проект Администрации Иркутского района «Комплексное развитие поселка Листвянка, как главного центра туристических прибытий на озеро Байкал»)

Нельзя сказать однозначно о престижности работы в гостиничном бизнесе региона и России в целом. Хотя еще пять — десять лет назад молодежь совсем неохотно шла работать в данную сферу. Горничные, официанты и портье воспринимались обществом как «прислуга низшего звена». Изменения произошли благодаря приходу на российский рынок крупных международных сетей. Именно зарубежный подход к ведению этого бизнеса, организации работы персонала, качеству обслуживания гостей послужили началом к развороту рынка работников в сторону гостиниц. В Иркутске уже пять лет, как задает тон международного менеджмента отель сети «Мариотт» Кортярд Мариотт Иркутск сити центр. Уже принято решение об открытии двух отелей трех и четырех звезд французской сети «Аккор» и отеля четыре звезды американской сети «Хилтон».

Одним из основных показателей, характеризующих дефицит гостиниц, а в перспективе — и инвестиционную привлекательность новых проектов, считается количество гостиничных номеров на 1 000 жителей города. Чем этот показатель ниже — тем сильнее дефицит. Уровень диапазона клиентов отеля можно оценить и по разнице в цене за самый дорогой и самый дешевый номер в отеле. Из рисунка 3 видно, что отели группы 1 и группы 2 явно заинтересованы в широком спектре потребителей и дают им возможности для размещения по выгодным для них расценкам.

В списке особенностей иркутского гостиничного рынка можно назвать сезонность. И не зависимо от того где находится гостиница, какой у нее уровень комфортности, какие у нее расценки неизбежны взлеты и падения в зависимости от времени года. Потому после окончания летнего сезона, стараются часть персонала сократить, тем самым сохраняют положительный баланс бюджета.

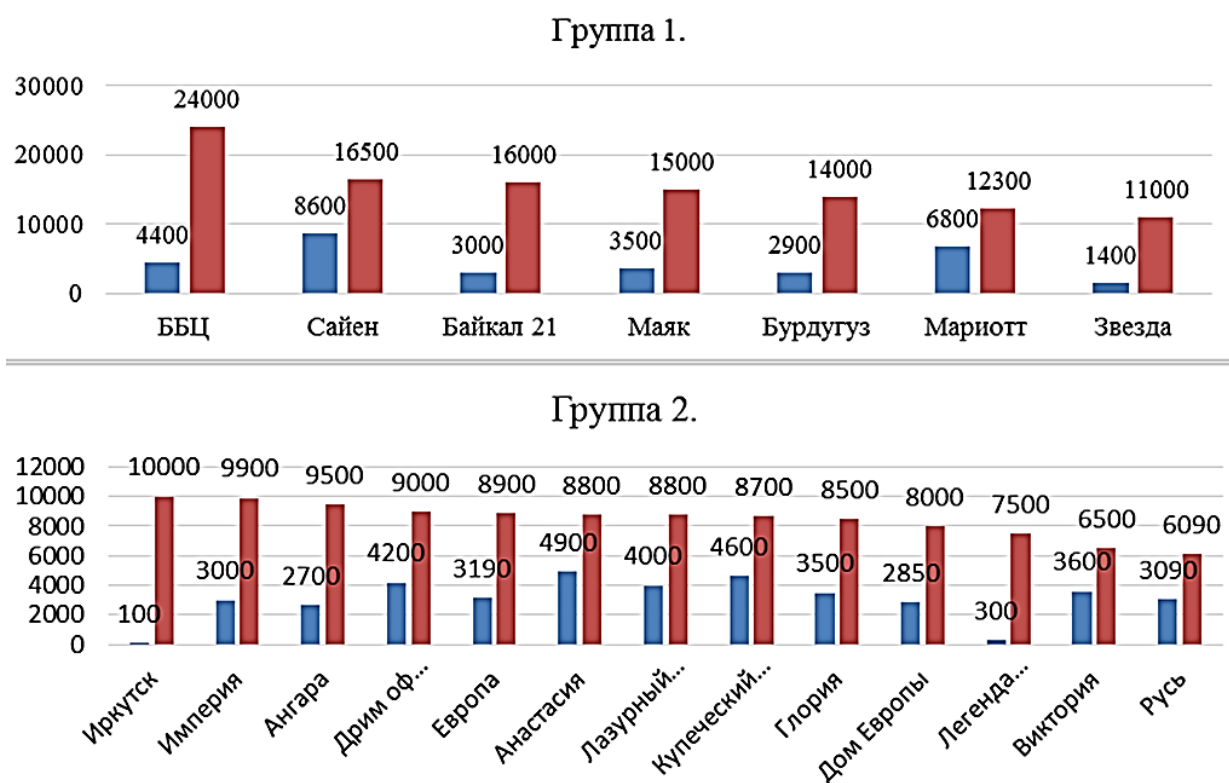


Рис. 3. Диапазон цен на самый дорогой и самый дешевый номер в отеле

Правда, стратегия развития туризма города и области предусматривает целый ряд мероприятий по изменению сезонной ситуации. Например, проведение Зимниады или других крупных анимационно-событийных праздников, развитие деловой активности приведет к нивелированию перепадов туристских потоков в город и регион (рис. 4).

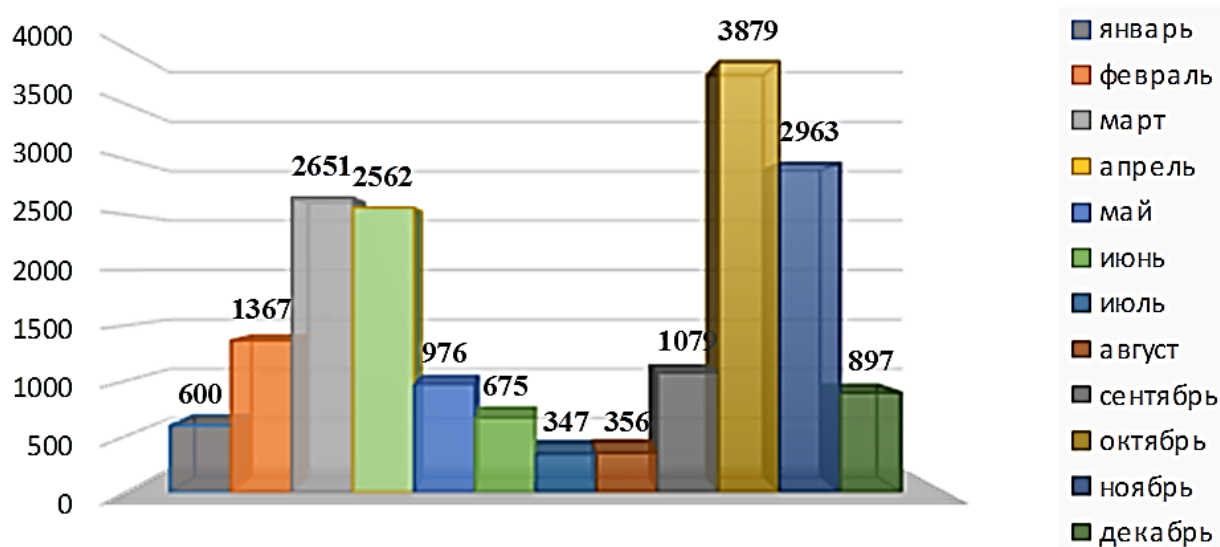


Рис. 4. Влияние сезонности на поток деловых туристов в Иркутскую агломерацию

Работа большей части персонала гостиницы связана с количеством и качеством гостей. Самыми главными качествами успешного работника сферы гостеприимства является стрессоустойчивость, толерантность, вежливость и желание находить общий язык с самыми разными людьми. А ведь согласно рекомендациям Всемирной туристской организации, численность персонала в четырехзвездном отеле должна быть не менее 12 чел. на каждые 10 номеров, в трехзвездном отеле — не менее 8 чел., а вот в пятизвездном — не менее 20 чел. Но в Иркутске пока нет пятизвездочных отелей, только один имеет 4 звезды (Сайен) и один 3 звезды (Империя). В каждой гостинице имеются должности, которые предусматривают различные компетенции. Практически каждая услуга, оказываемая гостю, требует слаженной работы нескольких служб и соответственно профессиональной координации действий работников разных специальностей. Умение работать в команде и руководство этой командой, вот главные показатели для успешного карьерного роста.

С целью выявления этих показателей была разработана анкета, рассчитанная на руководителей гостиничных и окологостиничных предприятий. Вопросы анкетирования включали такие важные аспекты, как выяснение скорости развития карьеры, начальной должности и наличия помощи из вне, продолжительность работы на каждом этапе карьерной лестницы, обладание дополнительными знаниями и умениями, преимущества работы на одном предприятии.

По результатам исследования можно сделать выводы, что гостиничное предприятие — это непрерывное производство, конвейер услуг, который работает круглосуточно в течение года. Никаких сбоев в этой работе не должно быть и от каждого «винтика» зависит работа всего механизма.

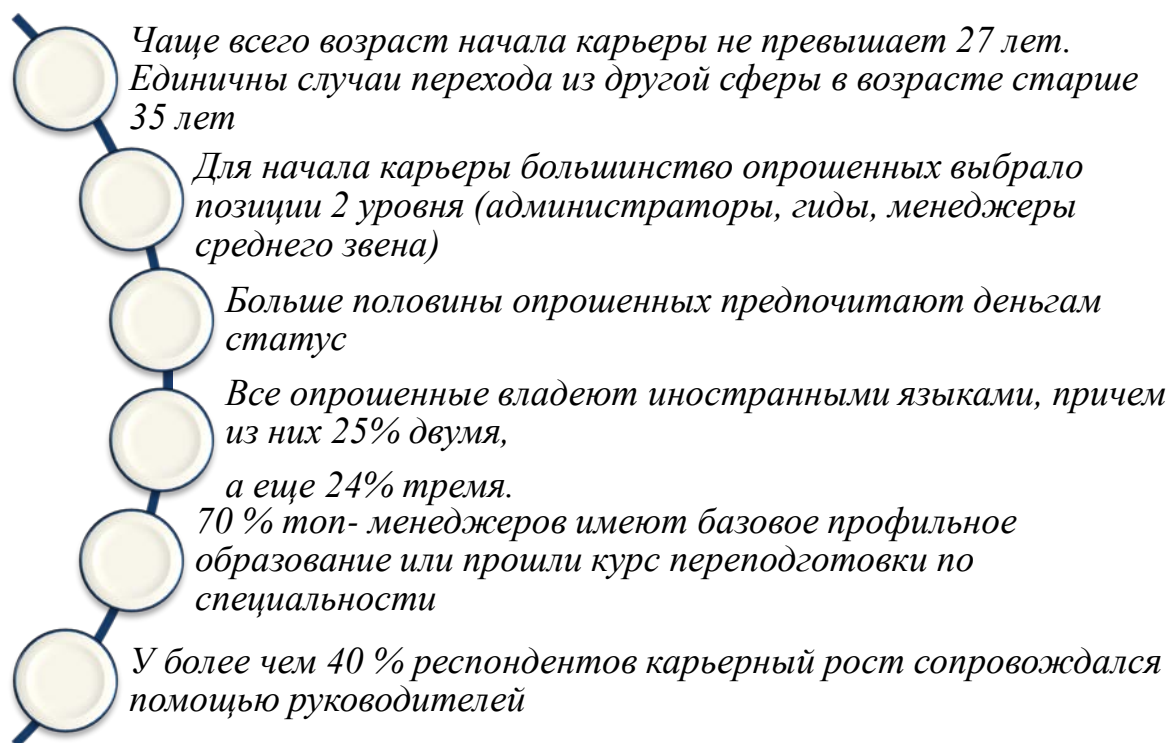


Рис. 5. Результаты опроса топ-менеджеров гостиничной сферы Иркутской агломерации

Для любого сотрудника гостиницы, от швейцара до управляющего, важно понимать, что именно гость руководит процессом и регулирует ритм работы гостиницы. Особых успехов в карьере добиваются именно те сотрудники, которые это понимают и принимают. Во главу угла ставятся такие качества как решительность, целеустремленность, трудоспособность и любовь к людям.

### ***Список использованной литературы***

1. Мусоян В. А. Гостиничный бизнес в России: особенности и модели карьерного роста и развития / В. А. Мусоян, Е. Л. Сысоева — Новосибирск : Изд-во Ассоциация научных сотрудников «Сибирская академическая книга», 2015.

2. Об отчете мэра города Иркутска о результатах его деятельности и деятельности администрации города Иркутска [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.pandia.ru/text/78/055/13587-6.php> (16.05.2016).

3. Ржепка Э. А. Ресурсы делового туризма в Иркутске : монография. — Иркутск : Изд-во Института географии им. В. Б. Сочавы СО РАН, 2011. — 115 с.

УДК 331.101.3

**В. В. Рябова**

## **ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА**

Собственники и руководители бизнеса осознают, что персонал компании является ресурсом, способным создать конкурентное преимущество организации в рыночных условиях. Актуальность кадровой политики подтверждена проведением серьезных исследований и не раз отмечалась на практике. Одна из проблем, с которой сталкиваются современные организации — повышение экономической эффективности деятельности компании. При грамотном управлении кадрами можно достичь заданных стратегических целей. И одним из вариантов решения данной проблемы является формирование и повышение уровня лояльности и вовлеченности персонала.

С развитием информационного общества появляются новые формы повышения трудовой мотивации персонала. Это обуславливает необходимость применения и использования новых методов вовлечения работников в сфере управления трудовыми процессами. Одним из таких методов является геймификация (применения игровых элементов в различных неигровых контекстах). В статье рассмотрены теоретические аспекты геймификации и определены перспективы ее развития как одного из актуальных и современных инструментов мотивации персонала.

*Ключевые слова:* геймификация, мотивация персонала, вовлеченность.