

Jan Popielas
Wyższa Szkoła Logistyki

Zarządzanie zasobami hotelu w aspekcie logistyki (cz. 1)

Obecnie logistyka odgrywa coraz ważniejszą rolę w zarządzaniu przedsiębiorstwami, dlatego rośnie potrzeba systemowego jej traktowania oraz kształtowania funkcji i realizowanych przez nią procesów. Działania logistyczne (planowanie, sterowanie, organizowanie i kontrola), jako zwarty system, wpływają w zdecydowany sposób na rozwój przedsiębiorstwa, w tym przypadku hotelu.¹

Odpowiednio dobrana lokalizacja obiektów pobytowych wpływa na trendy rozwojowe hotelarstwa oraz przesądza o użyteczności usług. Hotele zlokalizowane w rejonach będących celem podróży, mogą zaspokoić więcej potrzeb klientów oraz mają większe szanse na wzrost popytu.

Podejmowanie decyzji w sprawie wyposażenia hotelu wpływa na odczucia klienta przebywającego w hotelu, a zatem na jakość usługi. Umebłowanie i wyposażenie w urządzenia oraz wyposażenie dodatkowe zależą od kategorii hoteli i norm ustalonych według dokumentacji technicznej i użytkowej.

Sprawne funkcjonowanie hoteli zależy od systemu zarządzania, który jest ustanowiony przez kierownictwo hoteli, co wiąże się ze strukturą rzeczową, funkcjonalną i efektywnością.

W ostatnich czasach decydenci coraz bardziej uświadamiali sobie, jak ważna jest obsługa klientów oraz jej znaczący udział w utrzymaniu i zwiększeniu rentowności, a także utrzymaniu rynku w silnie konkurencyjnym i wymagającym środowisku. Jednakże wiele przedsiębiorstw miało trudności z interpretacją stwierdzenia, że „klient ma zawsze rację” na język praktyki.

Usługi zakładu hotelarskiego są stawiane na zaspokojenie potrzeb podróżnych. W tej sytuacji warto się zastanowić nad przyczynami, które sprawiają, że człowiek staje się podróżnym. W przypadku pewnych celów podróży możliwe jest podjęcie działań zmierzających do stworzenia warunków czyniących hotel celem podróży czy może raczej – do zaspokojenia

przez hotel wszelkich potrzeb wiążących się z pewnymi celami podróży.²⁰

Przypadki te nie zmieniają faktu, że goście nie mają na celu odwiedzenia samego hotelu, tylko przybywają do niego na kongres, wczasy czy festiwal. Rozwiązania tego rodzaju mogą jednak sprawić, że hotel, tworząc przyczyny przyjazdu, uniezależni się w pewnym zakresie od czynników zewnętrznych. Nie oznacza to, że, np. już samo wyposażenie hotelu w urządzenia rekreacyjne i sportowe czy możliwość organizowania kongresów przyczynią się do zapewnienia dużej frekwencji. Zależy to bowiem od innych czynników, np. trudno liczyć na organizację międzynarodowych kongresów w hotelach usytuowanych stosunkowo daleko od międzynarodowych lotnisk czy dworców morskich.

Zakład hotelarski zazwyczaj stawia do dyspozycji klienta zestaw różnego rodzaju usług, a różnorodność tych świadczeń, ich standard i jakość zależą od jego kategorii. Korzystając z posiadanych zasobów, klient spodziewa się pełnego zakresu usług, a niekiedy jedynie ich części, odpowiednio do swoich zróżnicowanych potrzeb.

Istotny wpływ na dostosowanie usługi hotelarskiej do potrzeb klienta – gościa hotelowego ma budynek hotelu, a zwłaszcza jego rozwiązania techniczne.

Jak wynika z badań rynkowych, nie można zbudować hotelu zaspokajającego potrzeby wszystkich klientów, a podejmowane próby sprowadzają się jak dotąd do podziału klientów przybywających do jednego budynku. Klientów należy dzielić na zbiory o względnie jednorodnych preferencjach, potrzebach i reakcjach na działania rynkowe. Zbiory te nazywamy segmentami rynku.²

W aktualnych warunkach można wyodrębnić najczęściej występujące, następujące segmenty rynku usług hotelarskich oraz – odpowiednio – usługi składające się na przeznaczone dla tych segmentów produkty:

- indywidualni goście przybywający na wypoczynek
- indywidualni goście podróżujący służbowo
- grupy turystyczne
- klienci konferencji pobytowych
- klienci konferencji miejscowych
- klienci zakładów gastronomicznych
- klienci bankietów i innych imprez gastronomicznych.

Sezonowość dla przedsiębiorstw obsługujących turystyczny rynek stwarza poważne trudności. W okresach szczytów hotele, restauracje i inne obiekty są przepełnione, natomiast w okresach „martwych” urządzenia turystyczne są niewykorzystywane lub wykorzystywane częściowo. Ponieważ bazę materialną trzeba utrzymywać i zabezpieczać przez cały rok, podwyższa to poziom kosztów i obniża zyskowność przedsiębiorstw.

Zaspokojenie popytu wiąże się z przepływem materiałów w systemie zasilania usług.

Zarządzanie zasobami, zapewniając sterowanie przepływem dóbr i materiałów, określa główne cele logistyki, która w hotelarstwie i gastronomii coraz częściej zajmuje się: zarządzaniem zapasami, transportem i magazynami oraz administrowaniem i zarządzaniem, utrzymaniem nieruchomości, oraz konserwacją i utrzymaniem urządzeń.

Potrzeba posiadania zapasów wynika z tego, że nie ma możliwości zaspokojenia potrzeb klientów obiektów hotelowo-gastronomicznych bez zgromadzenia odpowiednich dóbr materialnych we właściwym czasie, miejscu, ilości, jakości i przy możliwie najniższym – co oznacza najczęściej, akceptowalnym koszcie.

Literatura

1. Popielas J., Artykuły, Rocznik naukowy nr 2 i 4, WSHiG, Poznań, 1999 r., 2001r.
2. Aleszczyk J., „Rachunkowość od podstaw”, wyd. WSB, Poznań, 1995 r.